

100% Unique

Total 2081 chars (**2000 limit exceeded**) , 270 words, 13 unique sentence(s).

Essay Writing Service - Paper writing service you can trust. Your assignment is our priority! Papers ready in 3 hours!
Proficient writing: top academic writers at your service 24/7! Receive a premium level paper!

Results	Query	Domains (original links)
Unique	Presepsi tiap orang berbeda-beda, setiap konsumen mempunyai pandangna yang berbeda terhadap suatu perusahaan	-
Unique	Dari presepsi itu maka akan mendorong konsumen untuk memotivasi mereka dalam mengambil keputusan	-
Unique	Dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,000 pada keempat variable	-
Unique	PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN MEMILIH JASA TRANSPORTASI UDARA LION AIR DI SURABAYA OLEH	-
Unique	MM Abtract Sarana transportasi dituntut agar bisa menyediakan fasilitas yang aman, nyaman, cepat dan harga	-
Unique	Persaingan sarana transportasi yang ada membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik pelanggan agar	-
Unique	Oleh karena itu seorang produsen harus jeli dalam membaca lingkungan yaitu konsumen yang dituju	-
Unique	PT Lion Mentari Airlines (Lion Air) masih memimpin pangas pasar domestic ada kwartal	-
Unique	Meskapai yang berkonsep Low Cost Carrier (LCC) tersebut menguasai pangsa pasar sebesar 36,63 persen	-
Unique	Banyak factor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan antara lain seperti presepsi, motivasi,	-
Unique	Dengan adanya sikap dan pembelajaran dari konsumen maka akan memacu konsumen untuk melakukan pengulangan	-
Unique	(X1), Motivasi (X2), Sikap (X3), dan Pembelajaran (X4) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variable tergantung	-
Unique	Berdasarkan hasil uji t diperleh data dalam nilai pada kolom Standardized Coefficient Beta dimana	-

Create a FREE account to continue.

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN MEMILIH JASA TRANSPORTASI UDARA LION AIR DI SURABAYA OLEH MARTINUS RUKISMONO, SE.MM Abstract

Sarana transportasi dituntut agar bisa menyediakan fasilitas yang aman, nyaman, cepat dan harga yang kompetitif. Persaingan sarana transportasi yang ada membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik pelanggan agar membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu seorang produsen harus jeli dalam membaca lingkungan yaitu konsumen yang dituju agar dapat merebut perhatian konsumen dalam persaingan. PT Lion Mentari Airlines (Lion Air) masih memimpin pangsa pasar domestik pada kuartal 1 2011 lalu. Meskipun yang berkonsep Low Cost Carrier (LCC) tersebut menguasai pangsa pasar sebesar 36,63 persen untuk pasar penerbangan domestik. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan antara lain seperti persepsi, motivasi, sikap, dan pembelajaran. Persepsi tiap orang berbeda-beda, setiap konsumen mempunyai pandangan yang berbeda terhadap suatu perusahaan. Dari persepsi itu maka akan mendorong konsumen untuk memotivasi mereka dalam mengambil keputusan. Dengan adanya sikap dan pembelajaran dari konsumen maka akan memacu konsumen untuk melakukan pengulangan kembali terhadap suatu jasa yang diberikan perusahaan. Berdasarkan hasil uji F diperoleh bahwa nilai F hitung $>$ F tabel terbukti sebesar $26,465 > 2,64$ sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat variabel bebas (X) yang terdiri dari Persepsi (X1), Motivasi (X2), Sikap (X3), dan Pembelajaran (X4) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan memilih jasa transportasi udara Lion Air di Surabaya. Dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05 yaitu sebesar 0,000 pada keempat variabel. Berdasarkan hasil uji t diperoleh data dalam nilai pada kolom Standardized Coefficient Beta dimana untuk variabel Pembelajaran (X4) sebesar 0,315 lebih besar dibandingkan dengan Persepsi (X1) sebesar 0,138, Motiva