

## Perilaku konsumen dalam memilih merek sepeda motor di DKI Jakarta.

Satrio Budi Adi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=70719&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Krisis ekonomi menjadikan konsumen Indonesia terbagi menjadi tiga segmen, yaitu : segmen pertama adalah konsumen dumb, yaitu kelompok konsumen yang dalam pengambilan keputusan pembelian hanya memperhatikan harga, segmen kedua adalah segmen snob , segmen dimana konsumen sangat mengutamakan kualitas produk dan segment ketiga, adalah segmen smart, segmen dimana konsumen mengutamakan value.

Konsumen dalam memilih merek sepeda motor karena market value yang ditawarkan produsen. Market value dalam pemilihan merek sepeda motor disini meliputi performance value, social value, emotion value, price value dan finance value.

Tujuan penelitian di DKI Jakarta ini pada dasarnya ialah untuk mengetahui : apakah ada perbedaan yang significant diantara atribut yang dinilai konsumen dalam memilih merek Sepeda motor, bagaimanakah sikap konsumen, faktor apakah yang paling menentukan pemilihan merek sepeda motor, merek yang paling disukai konsumen dan perceived quality konsumen terhadap merek sepeda motor Honda Yamaha, Suzuki, Kawasaki , Vespa dan Motor China (Mona)

Dalam melakukan penelitian ini dilakukan pendekatan kuantitatif karena untuk menguji hipotesa yang diajukan pada awal penelitian, menguji variabel yang berbeda secara nyata Data dalam bentuk angka , prosedur penelitian baku dan ada replika serta menggunakan statistik,tabel.

Teori yang banyak digunakan berangkat dari paradigma An Information Processing Approach yang menganggap konsumen .sebagai processor of infformation yaitu konsumen dicirikan berinteraksi dengan iingkungan luar, mencari dan memperoleh informasi dari berbagai sumber , mengolahnnya dan membuat pilihan dan berbagai alternatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ; ada perbedaan yang signifikan dari seluruh atribut pada setiap merek yang diteliti ; konsumen banyak memperoleh informasi dari kombinasi media dan TV; kepercayaan terhadap isi iklan dan menggunakan teknologi canggih dan penilaian keseluruhan tinggi diperoleh oleh sepda motor merek Honda; sepeda motor yang paling disukai diperoleh berturut-turut Honda , Vespa, Yamaha, Suzuki, Kawasaki dan Mona; perceived quality diperoleh Honda dengan 9 atribut yang memperoleh skor tertinggi