

المستخلص

عبدالرافيق. 2015، بحث جامعي : "تحليل سلوك المستهلك تأثير قرار الشراء ضد السجائر العلامة التجارية لا أضواء (دراسات على الطالب الجامعي الإسلامي المحلي مولانا مالك إبراهيم مالانج)"
المسرفة : إرملينتي حسن، الماجستير.
الكلمات الرئيسية : الرجية، وإمكانات النمو، التدفقات النقدية المجانية، الأرباح النقدية التوزيعية.

وتستند هذه الدراسة على نتائج تقرير ان اندونيسيا حصلت على ثالث النظام والدول المستهلكة للتبغ العالم على مدى أربع سنوات أي 2008 حتى 2012، في التقرير اندونيسيا لديه نسبة 36٪. وهذا على سلوك المجتمع الاستهلاكي كما المستخدم مستخدم السجائر وفق اندونيسيا، رابطة السجائر الاندونيسية رابطة مصنعي (غفري)، وعدم س ك م (بما في ذلك س ك م ل ءليغت) أكثر من 62٪ حصة السوق من السجائر في أضواء اندونيسيا هو نوع واحد من منتجات السجائر س ك م ل ءليغت حيث تتفن أضواء ل ءليغت حصة 8-4٪ من سوق السجائر في مدينة النور ملنج البحث يهدف إلى تحديد كيفية سلوك المستهلك التأثيرات على قرارات الشراء ماركة السجائر أضواء ل ءليغت مالانج، جاوة الشرقية، إما في وقت واحد، الجزئي والمهيمنة.

نوع الطريقة المستخدمة هي طريقة الكمي منهج دراسة الحالة. أخذ العينات باستخدام تقنية أخذ العينات هادفة مع حجم عينة من 100 عدد استجم المتغيرات المستقلة بقدر 4 متغيرات، وهي العوامل الثقافية والعوامل الاجتماعية والعوامل الشخصية، والعوامل النفسية. في حين أن المتغير التابع هو قرار الشراء. اختبارات باستخدام صلاحية الصك وتحليل البيانات الموثوقة. طريقة باستخدام اختبار الانحدار مضاعف لاختبار فرضية اختبار الحياة الطبيعية، الخطية المتعددة، عدم تجانس، والارتباط الذاتي.

وأظهرت النتائج أن المتغيرات المستقلة في وقت واحد تؤثر بشكل كبير على القرارات الشرائية للسجائر ل ءليغت جزئية والمتغيرات التي تؤثر بشكل كبير هو العوامل الشخصية والعوامل المتغيرة المتغيرات نفسية. بينما أنه لا يوجد تأثير غير العوامل الثقافية والعوامل التي تؤثر على اجتماعي المتغيرات المهيمنة العوامل النفسية المتغيرة.