

المخلص

أحمد سوتوموب, 2012. بحث جامعي. الموضوع: سلوك المستهلك شراء دراجات نارية ضد العلامة التجارية للفوز هوندا.
المستشار: دكتور سليم الأدروس الماجستير

مفتاح الكلمات: سلوك المستهلك و قرارات الشراء

قرارات الشراء من المستهلكين لمنتج يتأثر من قبل اثنين من قوة خاصة هما: القوى الداخلية والقوى الخارجية. أما بالنسبة للمؤشرات على قوة الداخلية هو مؤشر للوضع الاقتصادي. مؤشرات الدوافع والطاقة الخارجي هو مؤشر على الفريق المرجعي. هذه المؤشرات لها بعد أوسع، وهذا يعني أن كل مؤشر له تأثير مختلف. هذه الدراسة تهدف إلى دراسة تأثير المؤشرات من الظروف الاقتصادية، والدافع، ومجموعة مرجعية على القرارات الشرائية للمستهلكين UD. Ahas 126 Sinar Baru Pamekasan، إما في وقت واحد أو جزئي، فضلا عن مؤشرات لتحديد النفوذ المهيمن على قرارات شراء المستهلك في

UD. Ahas 126 Sinar Baru Pamekasan

الذي يهدف إلى تحديد تأثير المجموعة المرجعية، والظروف الاقتصادي الطريقة المستخدمة في هذه الدراسة هي البحث الاستكشافي والدوافع من القرارات الشرائية للمستهلكين في

Baru Pamekasan

UD. Ahas 126 Sinar

للعثور عليه، ثم استخدم تحليل الانحدار الخطي متعددة بواسطة اختبار F واختبار t لاختبار هذه العينات في هذه الدراسة ما يقرب من 81 المشاركين أخذ العينات باستخدام صيغ Slovin. في حين أن تحديد عينة باستخدام: أخذ العينات هانف. تقنيات جمع البيانات مع الاستبيانات وثنائي. أما بالنسبة لاختبار أداة تستخدم لاختبار مدى صحة ومصداقية.

أظهرت النتائج أن مؤشرات المجموعة المرجعية (X1) الوضع الاقتصادي (X2) (ومؤشرات الدافع (X3) في وقت واحد، وأثر جزئيا الدافع للقرارات شراء المستهلك (Y)

في UD. Ahas 126 Sinar Baru Pamekasan