

ABSTRAK

لطفي نور فوزي 2014رسالة جامعية عنوان " تحليل سلوك المستهلك قرار الشراء ضد درجات نارية
ياماها ميو GTفي مالانج

المشرف: د. سالم الإدرس M.Ag ، MM

الكلمات الرئيسية: سلوك المستهلك والقرارات الشرائية.

كان تطور الصناعة والتكنولوجيا آثارها على حياة الإنسان، وخصوصا في عالم الأعمال اليوم في هذا الوقت والحاجة لدراسة نارية في أوساط المستهلكين يصبح الشيء المهم لدعم الأنشطة التي تؤدي يوميا. العديد من مصنعي الدرجات النارية المتنافسة للحصول على المستهلكين لشراء منتجاتها. أراد الباحثون من يكتب نصيحة على تأثير سلوك المستهلك على قرارات الشراء ياماها ميو دراجة نارية GT تهدف هذه الدراسة لوصف العلاقة بين المستهلك بند السلوك والقرارات الشرائية من خلال اختبار الفرضية. تقنيات تحليل البيانات المستخدمة هي (1) صحة وموثوقية العناصر الاستبيان، (2) الانحدار الخطي المتعدد (3) اختبار الفرضيات الكلاسيكية. ثم اختبار نموذج الانحدار الفرضية القائلة بأن في وقت واحد (اختبار F، جزئية) الاختبار (ومتغير المهيمنة. استنادا إلى اختبار فرضية أن يتم الحصول في وقت واحد ومتغيرات تؤثر على سلوك المستهلك والذي يساوي 9، 221 الحقيقي بما فيه الكفاية. وعندما ينظر إليها من سلوك المستهلك المتغير R-مربع ضبط لها تأثير على القرارات الشرائية لل40.9%. وفي الوقت نفسه، على أساس اختبار (جزئيا) عن متغيرات تؤثر على اليأس الشراء. انطلاقا من معاملات الانحدار يمكن الاستنتاج أن عنصر متغير سلوك المستهلك الذي يؤثر في الغالب قرار الشراء هو المتغير الطبقة الاجتماعية التي تساوي 0.321. على أساس نتائج الدراسة اقترحت المستهلك في استخدام المنتج لا تتجاوز الحدود المعقولة، في الإسلام، ويسمح لنا التمتع الأشياء الجيدة في الحياة والمشروعة لذلك يسمح لنا للاستفادة من المنتج، بقدر ما نحن الاستفادة من المنتج بشكل إيجابي.