

المستخلص

محمد ولدان تری وديونو، 2014. البحث العلمي. الموضوع: تحليل تأثير علم النفس الاستهلاكية على

قرارات الشراء Suzuki Satria FU 150

المشرف: يايوك سرى رهايو الماجستر

الكلمات الرئيسية: علم النفس الاستهلاكية (المحفزة، الإدراك، التعليم، المعتقدات والمواقف)، قرارات الشراء

علم النفس الاستهلاكية يكون لها تأثير قوي على قرارات الشراء. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد أثر متغيرات علم النفس الاستهلاكية تتكون من العوامل: المحفزة، الإدراك، التعليم، المعتقدات والمواقف في تأثيرها على قرارات الشراء.

يستخدم هذه الدراسة الأساليب الكمية. البيانات التي تم الحصول عليها عن طريق الاستبيان إلى 78 طلاب الذين لديهم Suzuki Satria FU 150 بجامعة الحكوميّة الإسلاميّة مولانا مالك إبراهيم مالانج. أساليب تحليل البيانات باستخدام الانحدار الخطي المتعدد والذي يتضمن اختبار الصدق والموثوقية، اختبار الافتراضات الكلاسيكية، اختبار F، وساعد مع برنامج اختبار T بمساعدة SPSS 16.00.

المتغيرات المستقلة في وقت واحد (المحفزة، الإدراك، التعليم، المعتقدات والمواقف) يكون لها تأثير كبير على قرارات الشراء. ويتجلى ذلك من خلال قيمة F (0,000) أقل من 5%. بينما المتغير المستقل جزئيا (المحفزة، الإدراك، التعليم، المعتقدات والمواقف) يكون لها تأثير كبير على قرارات الشراء. ويتجلى ذلك من خلال قيمة T المحفزة (0,000) الإدراك (0,000) التعليم (0,043) المعتقدات والمواقف (0,000) أقل من 5%. المتغير المهيمن هو متغير المعتقدات والمواقف (X4). ويتجلى ذلك من خلال قيمة r^2 (0,298). أو قيمة مساهمة 29,8%. مما يدل على أن المعتقدات والمواقف المتغيرات (X4) هي المتغيرات السائدة تؤثر تأثيرا كبيرا في قرار الشراء (Y).