

## مستخلص البحث

ضافر نافيق، الساعة 2014. البحث . عنوان : "التأثير المجموعة الخاصة بمرجعية قرارات الشراء ضد سيارة خاصة ماركة تويوتا ( المسح على المشتريين سيارة تويوتا العلامة التجارية الخاصة في مدينة توبان )  
المشرف : الدكتور الحاج مشهور الماچستير  
الكلمات الرئيسية : مرجع المجموعة ، سيارة شخصية المشتريين،

ويستخدم فريق مرجعي كأساس لل مقارنة بين المستهلكين ل منتج مع توفير المعايير و القيم التي من شأنها أن تؤثر على سلوك الناس لأن الناس عادة ما يقارنوا أنفسهم مع الآخرين الذين يصبحون المرجعية. سيارات تويوتا هي الشركة الرائدة في السوق في إندونيسيا . ويتجلى هذا في مبيعات فبراير 2014 بلغ 38632 وحدة. تهدف هذه الدراسة لتحديد تأثير على قرارات الشراء المرجعي المجموعة على حد سواء في وقت واحد ، جزئية ، و الهيمنة في سيارة ماركة تويوتا خاصة في توبان ، شرق جاوا . المجموعة المرجعية التي تتكون من مجموعات عائلية ، ومجموعات الصداقة ، وزملاء العمل التي هي محور البحث.

فهذا البحث هو دراسة كمية كانت مع نهج المسح مع عينة مجموعه 105 المستطلعين مع تقنية أخذ العينات تستخدم تقنية أخذ العينات عرضي. أجري موقع الدراسة في مدينة توبان . اختبار الأداة باستخدام صدق وثبات الاختبار الكلاسيكية الافتراض. في حين تم تنفيذ أسلوب تحليل البيانات باستخدام الانحدار الخطي المتعدد مع F اختبار و t الاختبار.

النتائج أظهرت أن وقت واحد أو مع مستوى 5 ٪ من المتغيرات الهامة العائلة ، مجموعات من الأصدقاء، و زملاء العمل والمجموعات لها تأثير كبير على القرارات الشرائية للحساب F الحصول على المحسوبة F اختبار  $F < 37.509$  الجدول 2.45 . جزئيا مع مستوى كبير من 5 ٪ ، والأسرة متغير ، مجموعات مجموعات الصداقة ، وزملاء العمل لها تأثير كبير على قرار الشراء . فحين أن الأسرة هي المتغير المتغير الأبرز بقيمة 0.3893 وفي حين  $F^2$  المعدلة القيمة مساحة R يشير إلى قيمة 0.513 ، أو بنسبة 51.3 ٪ ، مشيرا إلى أن تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع من 51.3 ٪ .