

مستخلص البحث

حياة الدين، واحد. 2015. علاقة دافعية للمستهلكين وقراراتهم لشراء جواله ياماها في منطقة تانجولانجين سيدوارجو. كلية علم النفس. جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية بمالانق.
المشرفة: د. رتنوا مانجيسوتوي الماجستير

الكلمة الرئيسية: دافع المستهلكين، قرارات الشراء، منتج الجواله ياماها.

يكون دافع المستهلكين من أحد العوامل النفسية الذي يؤثر على قرارات شرائهم. فاليوم، تبدو ظاهرة بأن هناك كثير من الناس يستخدمون الدراجة النارية. وزيادة الجواله المتعددة تشجع الشركة أن تكون قادرة على المنافسة لابتكارات التي يمكن أن تعطي الارتياح للمستخدمين بها. لذلك، ينبغي على شركة الجواله أن تعطي التفوقات في منتجها.

تهدف هذه الدراسة لمعرفة العلاقة بين دافع المستهلكين وقراراتهم لشراء الجواله "ياماها" في منطقة تانجولانجين سيدوارجو.

تستخدم هذه الدراسة طريقة كمية. فالدراسة عملها الباحث على مشتري الجواله "ياماها" في منطقة تانجولانجين سيدوارجو.

علما من نتائج الدراسة أن دافع المستهلكين يقع في درجة عالية يعنى 97%، أما قراراتهم لشراء الجواله تقع في درجة عالية ويعنى 99%. أساسا على SPSS 17.0، بأن هناك علاقة عميقة بين دافع المستهلكين وقراراتهم لشراء الجواله "ياماها" هناك ويعنى $0,932; sig = 0,000 < 0,05$. بكلام آخر إن كان دافع المستهلكين عاليا فكانت درجة قراراتهم للشراء عالية.