ABSTRAK

HUBUNGAN SOCIAL CONSUMPTION MOTIVATION DAN MATERIALISM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NEW SWIFT BANDUNG

(Survey Pada PT.Nusantara Jaya Sentosa Bandung)

Oleh
Siti Ulfah
21210041

Skripsi ini dibawah bimbingan :
Dr. Raeni Dwisanty, SE., M.Si

Pemasaran berkembang dengan pesat dan memahami perilaku konsumen menjadi salah satu strategi dalam keberhasilan memasarkan produk. Konsumen merupakan kajian yang luas dan tidak akan habis-habisnya untuk diteliti. Dari pemasaran, konsumen merupakan subyek yang layak dipenuhi kebutuhannya. Berdasarkan survey awal penulis mendapatkan permasalahan yang terdapat di lokasi penelitian mengenai perilaku konsumen melalui perilaku pembelian terhadap proses keputusan pembelian. Dalam penelitian ini mengambil sampel 95 orang yang merupakan konsumen PT.Sentosa Jaya Sentosa, melalui kuesioner yang meminta tanggapan respon atas Hubungan Social Consumption Motivation dan Materialism terhadap Kpeutusan Pembelian. Kuesioner sebelumnya telah dilakukan validitas dan reabilitas untuk mendapatkan kuesioner yang baik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verivikatif, sedangkan teknik sedangkan Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling, yaitu pengambilan sampling secara acak terhadap konsumen PT. NJS Bandung Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil dan uji hipotesis menggunakant-statistik untuk menguji koefisien regresi parsial serta f-statistik untuk menguji keberartian pengaruh secara bersama-sama dengan tingkat signifikan lima persen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa Social Consumption Motivationdan Materialism berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan maupun parsial.

Kata kunci : *Social Consumption Motivation*, Materialism, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

RELATIONSHIP OF SOCIAL CONSUMPTION MOTIVATION AND CAR BUYING DECISION AGAINST MATERIALISM NEW SWIFT BANDUNG

(Survey On PT.Nusantara Jaya Sentosa Bandung)

by

Siti Ulfah

21210041

This thesis is under guidance

Dr. Raeni Dwisanty, SE., M.Si

Marketing is growing rapidly and understand consumer behavior become one of the successful strategies in marketing the product. Consumer is a broad study and will not be inexhaustible for examination. Of marketing, consumers are eligible subjects met their needs. Based on the initial survey authors found a problem that is on site research on consumer behavior through purchasing behavior towards the purchase decision process. In this study took a sample of 95 people who are consumers PT.Sentosa Jaya Sentosa, through a questionnaire which asks for feedback response to the Social Relations

The method used in this research is descriptive method Verivikatif, while the technique while sampling technique used in this study was a random sampling, the sampling randomly to consumers PT.NJS Bandung analysis technique used is multiple regression with least squares equation and hypothesis testing menggunakant-statistic for testing the partial regression coefficient and f-statistic to examine the effect together with a significant level of five percent.

Based on research by stating that the Social Consumption Materialism Motivationdan significantly influence purchasing decisions simultaneously or partially.

***Keywords** : social consumtion motivation, materialism, buying decision*