

ABSTRAKSI

Diyan Prabowo, analisis pengaruh keputusan pembelian Suzuki Swift terhadap keputusan konsumen PT. Suzuki Indomobil Multi Trada (Studi Kasus Jln. Daan Mogot Jakarta Barat). (di bimbing oleh Bu Rina Anindita)

Perkembangan perekonomian Indonesia mendorong perkembangan industry – industry di Indonesia, apalagi dalam masa sekarang ini perekonomian Indonesia memasuki era globalisasi saat ini, hal ini menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis yang baru bagi perusaha.

PT. Suzuki adalah berbagai macam produk, dengan perkembangan perekonomian dan peluang, serta melihat kebutuhan masyarakat perusahaan ini meluncurkan berbagai produk handal seperti Suzuki Swift GT S, GT 2, GT 3.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa yang menentukan keputusan pembelian produk Suzuki Swift.

Dalam penelitian ini adalah pengguna dan pembeli produk Suzuki Swift Tipe GTA, GTS, GT3, selama 1 tahun. Penulis mendapatkan populasi sebanyak 87 dari data penjualan mobil Suzuki Swift dari bulan januari sampai desember tahun 2010 yang membeli dan memakai produk Suzuki Swift.

Dalam penelitian ini sampel diambil dengan cara nonrandom sampling yaitu sampel yang diambil berdasarkan beberapa criteria yang di tetapkan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling.

Metode yang digunakan adalah analisis faktor yaitu mengelompokan pertanyaan – pertanyaan yang ada didalam kuesioner menjadi beberapa dimensi, bisa menjadi 4 seperti bauran pemasaran atau lebih dalam penelitian ini dihasilkan 8 dimensi antara lain kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, serviceability, estetika, kualitas, Faktor yang paling dominan adalah dimensi keistimewaan