

# MOTIF KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BIORE

 Oleh: **DIDIT AGUNG P ( 03610154 )**  
Management

Dibuat: 2010-10-27 , dengan 7 file(s).

**Keywords:** pengaruh motif, keputusan pemakaian, keputusan pembelian

## ABSTRAKSI

Produk Biore yang beredar di pasar pada umumnya menggunakan cara-cara yang atraktif dalam memperkenalkan keunggulan produknya, serta mempergunakan berbagai media untuk mempromosikan produknya. Salah satu media promosi yang banyak digunakan adalah media televisi, melalui iklan di televisi pesan iklan begitu mudah dicerna yang pada akhirnya mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Dari sinilah akhirnya dapat diketahui tentang motif konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dan pemakaian produk tersebut.

Untuk mengetahui pengaruh signifikan motif rasional dan motif emosional secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian dan pemakaian Produk Biore Sabun Mandi dan untuk mengetahui manakah variabel motif yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian dan pemakaian Produk Biore Sabun Mandi Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada pengaruh yang signifikan motif rasional dan emosional terhadap keputusan pembelian dan pemakaian produk biore sabun mandi dan diduga motif rasional merupakan variabel yang dominan terhadap keputusan pembelian dan pemakaian produk biore sabun mandi

Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh motif yang tercermin pada dua variabel, yaitu : motif rasional dan motif emosional terhadap keputusan konsume membeli dan menggunakan produk biore. Metode ini digunakan untuk mengetahui variabel bebas yang dominan memberi sumbangan terhadap pengambilan keputusan konsumen dan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel motif rasional dan motif emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli dan memakai produk Biore. Pengaruh yang dominan adalah variabel motif rasional terhadap keputusan konsumen membeli dan memakai produk Biore. Bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel X1 (rasional), X2 (emosional) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (Y)

Biore products circulating in the market in general use in ways that atraktif in introducing the benefits of their products, and utilize various media to promote their products. One of the promotional media that is widely used is the medium of television, through advertising on television advertising message is so easily digested, which in turn affects the consumer to use the product. From here finally can be known about the motives of consumers in making purchasing decisions and use of these products.

To find out the significant influence of rational motives and emotional motives jointly to the purchasing decision and the use Biore products Soap Bath and to find out where the dominant motive variables influence on purchasing decisions and use Biore Soap Bath Products

The hypothesis of this research is the significant effect of rational and emotional motives of

the decision biore product purchase and use of soap and allegedly rational motive is the dominant variable on purchasing decisions and use biore products bath soap

In this study multiple regression analysis used to determine the influence of motives that are reflected in two variables, namely: rational motives and emotional motives of consumerism decision to buy and use biore product. This method is used to determine a dominant independent variable contributing to consumer decision making and to identify the influence of two or more variables.

From the research result shows that the motive variable rational and emotional motives significantly influence consumer decisions to buy and use Biore products. The dominant influence is variable rational motive to consumer decisions to buy and use Biore products. That simultaneously or jointly variable X1 (rational), X2 (emotional) has a significant consumer decision terhadap