

ABSTRAK SKRIPSI

Dewasa ini banyak sekali bermunculan perusahaan dengan beragam jenis usaha, salah satunya adalah perusahaan vulkanisir ban. Perusahaan ini berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara melapisi kembali ban-ban yang telah halus, sehingga ban tersebut bisa digunakan lagi, dan tentu saja harganya lebih murah bila dibandingkan dengan membeli ban baru.

Persaingan menjadi semakin sengit dengan banyaknya merk yang menawarkan produknya. Masing-masing perusahaan berusaha dengan segala cara agar bisa mempertahankan hidup perusahaannya. Berbagai macam strategi digunakan untuk mencapai tujuannya, salah satunya adalah mengikuti trend dari selera masyarakat.

Pemahaman tentang perilaku konsumen sangat penting, karena konsumen merupakan unsur yang paling penting dalam pemasaran, karena konsumenlah sumber kegiatan pemasaran.

Adanya perbedaan perilaku konsumen dalam pemilihan penggunaan suatu produk, mendorong penulis untuk mengetahui apakah ada perbedaan motivasi dan persepsi konsumen di Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Bali dalam pemilihan penggunaan vulkanisir ban Crown.

Dalam penulisan skripsi ini penulis membatasi pembahasan mengenai perilaku konsumen hanya ditinjau dari motivasi dan persepsi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan (kuesioner) kepada sejumlah responden. Teknik sampling yang digunakan adalah area cluster simple random sampling.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan uji beda 2 rata-rata (untuk motivasi) dan the mann-whitney test (untuk persepsi).

Dari pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa ternyata ada perbedaan motivasi konsumen di Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Bali dalam pemilihan penggunaan vulkanisir ban Crown. Dan tidak ada perbedaan persepsi antara konsumen Jawa Timur dan Jawa Tengah, konsumen Jawa Timur dan Bali.