

INTISARI

Kebutuhan manusia sekarang ini sudahlah tak terbatas. Setiap individu memiliki kebutuhan dan keinginan masing-masing. Untuk itu sebagai seorang produsen maupun pemasar harus selalu jeli terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berganti seiring dengan berjalannya waktu. Oleh karena itu maka perlu diadakan penelitian tentang perilaku konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran perilaku konsumen Mobil Merek Toyota Tipe MPV.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan teknik pengambilan sampel dengan metode *probability sampling*, dan *convenience*. Penelitian ini menggunakan sampel yaitu konsumen yang membeli dan mengendarai dengan periode kurun 1 tahun terakhir. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150. Data penelitian ini diolah menggunakan program SPSS 18.0 *for Windows* yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif frekuensi, serta analisis deskriptif *crosstabs*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas pembeli adalah pria, berusia diantara 23-35 tahun, konsumen yang membeli sebagian besar adalah wiraswasta dan pegawai swasta, jenis mobil yang diminati adalah Avanza dan Innova, konsumen cenderung membeli karena alasan *resale value* serta faktor *comfortable*, dan konsumen membeli pada saat ada bonus dan potongan harga, konsumen mayoritas melakukan pembelian di *dealer*, konsumen melakukan pembelian karena motivasi diri sendiri, dan konsumen cenderung mengetahui informasi melalui brosur, dan hampir seluruh konsumen Surabaya menyatakan puas setelah membeli dan menggunakan mobil merek Toyota tipe MPV.

Kata kunci: perilaku konsumen.

ABSTRACT

Never mind the needs of today's human beings infinite. Every individual has needs and desires of each. For that as a producer or marketer must always be observant of the needs and desires of consumers who continue to change over time. Therefore we need to hold research on consumer behavior. This study aims to find a picture of consumer behavior Type Car Brand Toyota MPV.

This study used descriptive research type with the sampling technique with probability sampling methods, and convenience. This study used a sample of consumers who buy and drive with over a period of last year. The number of samples used in this study is 150. Research data is processed using SPSS 18.0 for Windows is by using descriptive analysis of frequencies, crosstabs and descriptive analysis.

The results of this study indicate that the majority of buyers are male, aged between 23-35 years, consumers who buy most of the self-employed and private employees, type of car of interest is the Avanza and Innova, consumers tend to buy because of resale value as well as comfortable factor, and consumers buy at the moment there are bonuses and rebates, the majority of consumers make purchases at the dealership, consumers make purchases for their own self-motivation, and consumers tend to find out information through brochures, and almost all consumer Surabaya expressed his satisfaction after buying and using car brand Toyota MPV type.

Key words: Consumer behavior.