

ABSTRAKSI

Topik : Perilaku Konsumen

Obyek : *City Car*

Judul : Studi Ekploratori: Perilaku Konsumen *City Car* Di Surabaya

Pada masyarakat Indonesia umumnya terdapat anggapan bahwa kendaraan berukuran kecil tidak akan laku di pasaran. Namun kemajuan teknologi, kemacetan, krisis moneter, dan meningkatnya harga BBM, telah mengilhami kalangan Agen Tunggal Pemegang Merek untuk memproduksi mobil berukuran kecil. Hal ini kemudian menimbulkan banyaknya penawaran *city car* dari sejumlah produsen dan diikuti oleh peralihan perilaku konsumen dalam bidang otomotif. Penelitian ini bertujuan untuk menggali perilaku konsumen dalam membeli dan menggunakan *city car* di Surabaya. Sedangkan Konsep Perilaku Konsumen yang digunakan adalah menurut Schiffman dan Kanuk (2004:8), "*consumer behavior is defined as the behavior that consumers display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of products and services that they expect will satisfy their needs*". Jenis penelitian ini adalah riset eksploratori dengan sumber data primer yang diperoleh dari *depth interview*, dimana teknik pengambilan sampelnya adalah *non probability sampling* dengan cara *judgemental sampling*. Dari penelitian ini ditemukan bahwa perilaku konsumen *city car* di Surabaya cukup beragam dikarenakan jenis *city car* yang ditawarkan beraneka ragam. Kemudian tampak keragaman konsumen yang membeli dan menggunakan *city car* berdasarkan pendapatan per bulan dan adanya konsumen yang membeli dan menggunakan *city car* justru terutama disebabkan oleh bentuk (*body*) mobil yang kelihatan lucu dan imut, serta warna mobil yang cenderung cerah sehingga terlihat lebih menarik.