

ABSTRAK

Di dalam suatu keluarga, suami, istri dan anak merupakan individu-individu yang mempengaruhi pembelian mobil keluarga. Mereka inilah yang memainkan peran dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Analisis peranan dalam keluarga ini penting karena dengan analisis ini dapat diketahui siapa saja yang terlibat dan berperan sebagai apa serta apakah ada perbedaan mengenai individu yang berperan dalam proses pengambilan keputusan tersebut. Hal tersebut yang membuat penulis tertarik untuk menganalisis masalah-masalah di atas dengan judul “ANALISIS PERANAN INDIVIDU DALAM PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL KELUARGA”, Studi Kasus Pada Penghuni Real Estate Pelem Sewu Baru, Puri Sewon Asri dan Candi Indah di DIY.

Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui siapa saja yang berperan dalam proses pengambilan keputusan pembelian mobil keluarga pada keluarga tahap I, II dan III (permasalahan deskriptif) serta untuk mengetahui apakah ada perbedaan di dalam proses pengambilan keputusan tersebut.

Populasi yang diteliti yaitu seluruh keluarga yang memiliki mobil keluarga dan bertempat tinggal di real estate Pelem Sewu Baru, Puru Sewon Asri dan Candi Indah di DIY. Total populasi berjumlah 246 keluarga, dari populasi tersebut diambil 25 % untuk sampel

Data yang diperlukan dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang telah disebar kepada 62 keluarga di ketiga real estate di atas. Kemudian data yang diperoleh dihitung dengan menggunakan analisis persentase yang digunakan untuk menjawab permasalahan deskriptif. Selain itu juga digunakan analisis *chi-square* untuk menguji hipotesis apakah ada perbedaan dalam pengambilan keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil analisis persentase diketahui bahwa individu yang berperan dalam proses pengambilan keputusan dalam keluarga tahap I sebagai pemrakarsa adalah suami-istri, pemberi pengaruh adalah istri, pengambil keputusan adalah suami, pembeli adalah suami dan pemakainya adalah semua. Dalam keluarga tahap II sebagai pemrakarsa adalah suami-istri, pemberi pengaruh adalah suami-istri, pengambil keputusan adalah suami, pembeli adalah suami dan pemakainya adalah semua. Sedangkan untuk keluarga tahap III sebagai pemrakarsa adalah suami-istri, pemberi pengaruh adalah suami-istri, pengambil keputusan adalah suami, pembeli adalah suami dan pemakainya adalah anak. Untuk analisis *chi-square* tidak ada perbedaan peran pemrakarsa, pengambil keputusan dan pembeli dan untuk peran pemakai dan pemberi pengaruh ada perbedaan.

Pengetahuan mengenai peran yang dijalankan dalam pengambilan keputusan pembelian akan berguna bagi perusahaan mobil keluarga sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang optimum.

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF INDIVIDUALS ROLE IN THE PROCESS OF DECISION-MAKING OF PURCHASING A FAMILY CAR CASE STUDY OF THE INHABITANTS OF PELEM SEWU BARU, PURI SEWON ASRI AND CANDI INDAH REAL ESTATE IN THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA

BY:GIOK SIAN

(Husband, wife and children) is the important person in making a decision to purchase a family car. The aim of this research is to find out who are involved in the process of decision making of purchasing a family car in a family on stage I, II and III, and to find out whether there are differences between the individuals who play a role in the process of making a decision.

A role analysis of the family is important because from this analysis it could be found out who are involved. The population of this research was all families that own family car and live at Pelem Sewu Baru Real Estate, Puri Sewon Asri Real Estate and Candi Indah Real Estate in the special region of Yogyakarta. Total population consisted of 246 families, and from that population, 25% were selected as sample.

The data were obtained by using a questionnaire distributed to 62 families at the 3 Real Estates. The obtained data were analyzed using a percentage analysis to answer the descriptive problems. Chi-Square Analysis was used as well to test whether there are differences in the process of decision making of purchasing a car.

The result of the research shows that the individuals who play a role in the process of decision making in the family on stage I, the initiator is husband and wife, the one who influences is the wife, the decision maker is the husband, the purchaser is the husband and all members of the family are the users. In a family on stage II, the initiator is husband and wife, the ones who influence are husband and wife, the decision maker is the husband, the purchaser is the husband and all members of the family are the users. Whereas in the family on stage III, the initiator is husband and wife, the ones who influence are husband and wife, the decision maker is the husband, the purchaser is the husband and the children are the users. According to Chi-Square Analysis, there were no differences were found initiator's role, the decision maker and the purchaser but there were differences in the user's role and the ones who influence the decision.

Knowledge about the roles being played in the process of decision making of purchasing a car will be useful to family car companies as a valuable consideration to increase the optimum strategy of marketing.