

ABSTRAK

IDENTIFIKASI PERAN ANGGOTA KELUARGA DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

SUSIANA

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi peran anggota keluarga dalam keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia di Bandar Lampung. Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah keluarga yang telah melakukan pembelian mobil Daihatsu Xenia. Adapun jumlah informan adalah sebanyak 9 keluarga dengan menggunakan *Snowball Sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam (*in-depth interview*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia di Bandar Lampung, ayah merupakan anggota keluarga yang paling mendominasi dan muncul diseluruh peran yang ada, baik itu sebagai *initiator*, *influencer*, *gatekeeper*, *decider*, *buyer* dan *user*. Sedangkan posisi kedua didominasi oleh anak dan ibu berada pada posisi ketiga atau sebagai anggota keluarga yang paling sedikit dominasinya.

Kata Kunci: Peran Anggota Keluarga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE IDENTIFICATION OF FAMILY MEMBER ROLES IN PURCHASING DECISION OF DAIHATSU XENIA AUTOMOBILE IN BANDAR LAMPUNG

By

SUSIANA

The purpose of this research is to investigate and identify family member roles in purchasing decisions of Daihatsu Xenia automobile in Bandar Lampung. The type of this research is a qualitative method with descriptive approach. Informants in this research were from families that have made the purchase of Daihatsu Xenia automobile. The number of informants are nine families using the Snowball Sampling and techniques of data collection is done by in-depth interviews.

The results showed that the Daihatsu Xenia automobile purchasing decisions in Bandar Lampung, father is a member of the family that become the most dominate and appear throughout the roles, such as initiator, influencer, gatekeeper, decider, buyer and user. The second position is dominated by children and mothers at the third position or become family member who have least dominance.

Keywords: Family Member Roles, Purchase Decision.