

Analisis motivasi konsumen mobil mewah dengan menggunakan teori konsep diri dan motivasi studi terhadap konsumen mobil Ferrari di Indonesia = Consumer motivation analysis of luxury car using self concept theory and motivation study on Ferrari car consumer in Indonesia

Andra Bayu Yudistira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404655&lokasi=lokal>

Abstrak

[ABSTRAK
Dalam makalah ini akan dibahas mengenai bagaimana pola motivasi konsumen mobil kelas premium seperti Ferrari di Indonesia dengan menggunakan teori konsep diri dari Stuart dan Sundeen, serta teori motivasi dari Abraham Maslow atau yang biasa disebut juga sebagai teori hierarki kebutuhan. Dengan mengambil beberapa dimensi dalam kedua teori tersebut yang dianggap cukup relevan untuk membahas tentang pola motivasi konsumen mobil Ferrari di Indonesia.

Bagaimana saat ini konsumen mengartikan arti sebuah kendaraan, dan mengapa konsumen rela untuk mengeluarkan banyak uang hanya untuk memiliki sebuah kendaraan yang sebenarnya dapat dimiliki dengan harga yang lebih murah jika mereka memilih untuk membeli mobil jenis biasa atau bukan mobil kelas premium seperti Ferrari. Motivasi konsumen yang seperti inilah yang ingin dibahas dalam makalah ini.<hr>

ABSTRACT
This paper will examine about the motivation pattern of premium class car, such as Ferrari in Indonesia by using Self Concept Theory from Stuart and Sundeen. Another theory used in this paper is also

Hierarchy of Needs Theory by Abraham Maslow. Some dimensions from both theories will be used relevantly to discuss about the motivation pattern of Ferrari car consumers in Indonesia. How consumers nowadays interpret the values of their vehicle, and also why they are willing to spend much money for premium car instead of regular class car. These kind of consumers motivations are the main discussion in this paper., This paper will examine about the motivation pattern of premium class car, such as Ferrari in Indonesia by using Self Concept Theory from Stuart and Sundeen. Another theory used in this paper is also Hierarchy of Needs Theory by Abraham Maslow. Some dimensions from both theories will be used relevantly to discuss about the motivation pattern of Ferrari car consumers in Indonesia. How consumers nowadays interpret the values of their vehicle, and also why they are willing to spend much money for premium car instead of regular class car. These kind of consumers motivations are the main discussion in this paper.]