

Pengaruh perilaku sales executive honda mobil terhadap keputusan pembelian pelanggan = The influence of honda mobil sales executives behavior towards customer purchase decision

Ramla Puteri Ayu, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20412910&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis perilaku etis, kemampuan mendengarkan, kemampuan menjalin hubungan dan kemampuan mengelola dari sales executive berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain riset konklusif deskriptif, dengan metode kuantitatif yang akan dilakukan satu kali dalam satu periode (single cross section), dengan unit analisis pelanggan Sales Executive Honda Mobil Indonesia.

Penelitian ini disebar dengan konteks sampel yakni 103 responden yang merupakan pelanggan yang pernah berkomunikasi dengan Sales Executive Honda Mobil Indonesia dalam periode 6 bulan dan telah melakukan keputusan pembelian. Teknik analisis yang digunakan dalam mengolah dan menganalisis data yang didapatkan dari kuesioner adalah perbandingan hasil uji Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan software Lisrel 8.51 dan uji regresi berganda dengan menggunakan software SPSS 22. Hasil dari penelitian ini adalah perilaku etis, kemampuan mendengarkan dan kemampuan menjalin hubungan dari seorang sales executive Honda Mobil tidak berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Kemampuan mengelola emosi dari seorang sales executive berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan.

.....The purpose of this research is to analyze the effects of sales executive's ethical behavior, listening ability, relational skill and emotional intelligent towards consumer purchase decision. The research design used for this research is conclusive descriptive research design with a quantitative method which is executed one time at a time (single cross section) and the unit of analysis for this research is consumer of Honda Mobil Indonesia.

This research is distributed to 103 respondents who have purchased and communicated with the sales executive in the last 6 months. The analysis technique used in processing and analyzing the data are Structural Equation Modeling (SEM) (using Lisrel 8.51 software) and Regression (using SPSS 22 software).

The result of this research shows that the ethical behavior, listening ability and relational skill of Sales executive does not influence consumer purchase decision significantly. In the other side, the emotional intelligent of Sales Executive influences consumer purchase decision positively.