

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh karakteristik dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian kendaraan roda empat Nasmoco Toyota Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Loyalitas terhadap merek berkembang ketika konsumen mengalami kepuasan melalui kualitas produk atau layanan yang diberikan, serta merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang diterima. Selain itu, faktor ekonomi seperti pendapatan juga mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Nasmoco Toyota yang berada di wilayah DIY dengan teknik penyebaran kuesioner yang menggunakan skala pengukuran Likert dan dianalisis menggunakan analisis faktor dan analisis logit. Analisis faktor menunjukkan bahwa pengalaman emosional (*sense*) dan pemikiran (*think*) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, terutama melalui pengalaman positif dan pemikiran mendalam tentang produk. Pendidikan, jenis pekerjaan, dan keterjangkauan harga juga berkontribusi signifikan, dengan konsumen lebih memilih produk yang terjangkau secara finansial. Namun, analisis logit mengungkapkan bahwa meskipun perilaku konsumen, seperti pengalaman emosional dan pengetahuan produk, memiliki pengaruh dalam beberapa faktor, tidak semuanya menunjukkan hubungan signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk karakteristik konsumen, pendidikan lebih tinggi, pekerjaan stabil, pengeluaran bulanan, dan harga kompetitif berperan penting, meskipun analisis logit menunjukkan tidak semua variabel ini memiliki hubungan signifikan secara statistik terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Perilaku Konsumen, Karakteristik Konsumen, Analisis Faktor, Analisis Logit*

## ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of consumer characteristics and behavior on purchasing decisions for Nasmoco Toyota four-wheel vehicles in the Special Region of Yogyakarta (DIY). Brand loyalty develops when consumers experience satisfaction through the quality of products or services provided and perceive that the offered price aligns with the value they receive. Additionally, economic factors such as income also influence purchasing decisions. The population in this study consists of all Nasmoco Toyota consumers in the DIY region. The research utilized a questionnaire distributed using a Likert scale measurement, analyzed through factor analysis and logit analysis.

Factor analysis reveals that emotional experiences (sense) and thinking (think) have a significant influence on purchasing decisions, primarily through positive experiences and in-depth consideration of the product. Education, occupation, and price affordability also contribute significantly, with consumers showing a preference for financially accessible products. However, logit analysis indicates that while consumer behavior, such as emotional experiences and product knowledge, influences certain factors, not all exhibit a statistically significant relationship with purchasing decisions. Regarding consumer characteristics, higher education, stable employment, monthly expenditures, and competitive pricing play essential roles, although logit analysis shows that not all variables have a statistically significant impact on purchasing decisions.

**Keywords:** Consumer Behavior, Consumer Characteristics, Factor Analysis, Logit Analysis