

ABSTRAK

Wulandari. 2026. Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Kendaraan Roda Dua Merek Yamaha Nmax pada PT Suracojaya Abadi Motor di Makassar. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhamadiyah Makassar. Pembimbing: Muhammad Ikram Idrus dan Sitti Marhumi.

Penelitian ini bertujuan menganalisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian kendaraan roda dua Yamaha NMAX pada PT Suracojaya Abadi Motor di Makassar, dengan fokus pada persepsi konsumen terhadap citra merek dan tahapan pengambilan keputusan pembelian. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami pengalaman, motivasi, dan persepsi konsumen dalam membeli Yamaha NMAX. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, studi dokumentasi, dan catatan lapangan dengan informan utama konsumen Yamaha NMAX serta informan pendukung dari pihak dealer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap Yamaha NMAX sangat positif, terutama pada aspek prestise, desain, dan teknologi. Produk ini dipandang tidak hanya sebagai alat transportasi, tetapi juga simbol status sosial dan gaya hidup modern. Kenyamanan, desain ergonomis, serta fitur teknologi seperti smart key dan ABS menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian berlangsung sistematis, mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, hingga evaluasi pasca pembelian. Faktor eksternal seperti pengaruh teman, keluarga, strategi pemasaran, dan pelayanan dealer turut memengaruhi keputusan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen tergolong tinggi sehingga mendorong loyalitas dan rekomendasi kepada orang lain.

Kata kunci: perilaku konsumen, keputusan pembelian, citra merek, Yamaha NMAX, kepuasan konsumen