

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. Obyek penelitian ini menggunakan mobil Nissan Livina di Surabaya. Peneliti menyebarkan 150 kuesioner yang dilakukan di dealer Nissan Jemursari Surabaya.

Penelitian ini menggunakan program SPSS 19.0 *for Windows* yaitu dengan menggunakan regresi linier berganda. Pada regresi ini diujikan hubungan pengaruh secara parsial antara motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian, persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. Hasil regresi ini akan menunjukkan seberapa besar koefisien motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian, besarnya koefisien persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian, dan besarnya koefisien sikap konsumen terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian, Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian mobil Nissan Livina di Surabaya.

Kata Kunci: motivasi konsumen, persepsi konsumen, sikap konsumen, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to examine the effects of motivation, perceptions and attitudes towards consumer purchase decision. The object of this study using Nissan Livina in Surabaya. Researchers deploy 150 questionnaires are conducted at Nissan dealers Jemursari Surabaya.

This study used 19.0 SPSS for Windows is using multiple linear regression. In this regression test the influence of the partial relationship between motivations of consumers to the purchase decision, perception of the consumer to purchase decisions, and the attitudes of consumers to the purchase decisions. The results of the regression coefficient indicating how much the motivation of the consumer to purchase decisions, the magnitude of the coefficient of perception of consumers in purchasing decisions, and the magnitude of the coefficient of the attitudes of consumers towards buying decisions

The results of this study demonstrate the influence of the motivation to purchase decision, perception to purchase decisions, and attitudes of consumers towards the purchase decision of the Nissan Livina in Surabaya.

Keywords: consumer motivation, consumer perception, consumer attitudes, purchase decision.

