

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi pengguna sepeda motor di universitas mercu buana yang saat ini semakin meningkat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang memenuhi satu dari lima kriteria; pemrakarsa (initiator), pemberi pengaruh (influencer), pengambilan keputusan (decider), pembeli (buyer), pemakai (user) sepeda motor Honda di Universitas Mercu Buana, Meruya, Jakarta Barat. Penelitian ini diuji menggunakan Analisis Regresi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap konsumen mempunyai hubungan signifikan dengan keputusan pembelian. Motivasi konsumen juga berpengaruh lebih tinggi terhadap keputusan pembelian daripada persepsi kualitas dan sikap konsumen.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen.

