

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi, persepsi, sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk melalui media online kaskus.co.id. data di peroleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 responden masyarakat di lingkungan Universitas Mercu Buana. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, sedangkan alat analisis bantu yang digunakan adalah *Struktural Equation Model* (SEM) dengan program AMOS 20.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) Motivasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (sig 0,249). (2) Persepsi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (sig 0,979). Dan Sikap Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (sig 0,000). Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada produk lainnya, dengan memperluas lingkup penelitian

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

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of motivation, perception, and consumers' behavior toward product purchasing decision through online media kaskus.co.id. The data were acquired through a survey with questioners of 200 respondents to the community of Mercu Buana University. The writer employed Purposive Sampling, in which an instrument used is Structural Equation Model (SEM) used is AMOS 20.

The research finding shows that (1) the motivation influences over purchase decision (sig 0,249), (2) perception does not affect the purchase decision (sig 0,979), and the consumers' behavior influence over purchasing decision (sig 0,000). For the further research, the writer gives suggestion to do another research on other products to expand the scope of the study

Key words: Motivation, Perception, Consumer Behavior, Purchase Decision

Jakarta, August 2013

The Writer