

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh motivasi dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian produk smartphone Blackberry. Data diperoleh oleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 mahasiswa Universitas Mercu Buana. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah convenience sampling, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari motivasi mahasiswa dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada organisasi selain universitas, dengan lingkup penelitian diperluas.

Kata kunci : motivasi mahasiswa, persepsi kualitas dan keputusan pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA