

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi konsumen (X1), persepsi kualitas (X2), dan sikap konsumen (X3) terhadap keputusan pembelian mobil (Y) Toyota Avanza tahun 2009-2012 di Kecamatan Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden yang merupakan pengguna mobil Toyota Avanza pada tahun 2009-2012. Data di analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian uji F (uji simultan) dapat dinyatakan bahwa variabel motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian dari uji t (uji simultan) dapat diperoleh kesimpulan yaitu motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil dari perhitungan koefisien determinasi (R^2) menyatakan bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan.

Kata kunci : motivasi konsumen, persepsi kualitas, sikap konsumen dan keputusan pembelian

UNIVERSITAS
MERCU BUANA