

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Luxio. Dimana variabel independen yang terdiri dari motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan kelompok acuan mempengaruhi keputusan pembelian sebagai variabel dependennya. Objek penelitian ini adalah pengguna mobil Daihatsu luxio di kecamatan kebon jeruk Jakarta barat. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan teknik *convenience sampling*. Data yang diperoleh merupakan data primer yang merupakan hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang disebar. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial, variabel motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu luxio di kecamatan kebon jeruk Jakarta barat. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dan hasil uji parsial (uji t). Pada uji simultan dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan kelompok acuan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian dengan probabilitas sig 0,000. Pada uji parsial variabel motivasi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu luxio di kecamatan kebon jeruk Jakarta barat dengan probabilitas sig 0,001. Lalu, persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu luxio di kecamatan kebon jeruk Jakarta barat dengan probabilitas sig 0,000. Kemudian, kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu luxio di kecamatan kebon jeruk Jakarta barat dengan probabilitas sig 0,046. Pada uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) 29% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan kelompok acuan. Sedangkan 71% keputusan pembelian dapat dijelaskan dari variabel lain selain ketiga variabel tersebut.

Kata kunci: motivasi konsumen, persepsi kualitas, kelompok acuan, dan keputusan pembelian

## ***ABSTRACT***

This research aimed to determine the effect of product motivation consumers , perception the quality , and the group reference of the purchasing decision daihatsu luxio car. Where the independent variables consist of motivation consumers , perception the quality , and the group reference influence purchasing decisions as the dependent variable. The object of this study is Daihatsu luxio car in jakarta. This study was conducted on 100 respondents with convenience sampling technique. The data obtained is the primary data that is the result of respondents' answers to the questionnaire were distributed. Therefore, the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of multiple linear regression with SPSS 22.0.

The results showed that simultaneous and partial, variable motivation consumers , perception the quality , and the group reference significantly influence the purchasing decisions of Daihatsu luxio car in Jakarta. This is evidenced from the results of simultaneous test (F test) and the results of the partial test (t test). In the simultaneous test can be concluded that the independent variable of motivation consumers , perception the quality , and the group reference simultaneously significant effect on the dependent variable, namely the purchase decision with probability sig 0,000. In the partial test motivation consumers variables significantly influence the purchasing decisions of Daihatsu luxio car in Jakarta with probability sig 0,001. Then, motivation consumers significantly influence the purchase decisions of Daihatsu luxio car in jakarta with probability sig 0,000. Then, the group reference significantly influence the purchasing decisions of Daihatsu luxio car in jakarta with probability sig 0,046. In the test the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) 29% purchase decision can be explained by the variable motivation consumers , perception the quality , and the group reference. While 71% of purchase decisions can be explained by other variables besides these three variables.

**Keywords:** Motivation Consumers , Perception the Quality , and the Group Reference, and Purchase Decision