UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI, MOTIVASI DAN GAYA HIDUP KONSUMEN USIA MUDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN CEPAT SAJI DI MCDONALDS SUDIRMAN PEKANBARU

Venesa Aisyah Ramadhani
11471206155

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa tekmik industri UIN SUSKA Riau . Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh persepsi, motivasi dan gaya hidup konsumen usia muda terhadap Keputusan pembelian makanan cepat saji McDonalds pekanbaru Di tekhnik industri UIN SUSKA. Sedangkan untuk pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, yaitu mengambil sampel pada mahasiswa yang pernah mengunjungi McDonald pekanbaru ditemui oleh penulis dan memenuhi kriteria sebagai konsumen yang mengunjungi gerai McDonald's pekanbaru di teknik industri UIN SUSKA di tahun 2018. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang konsumen. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Berdasarkan hasli uji secara simultan dapat diketahui bahwa variabel persepsi, motivasi dan gaya hidup konsumen usia muda secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan pembelian makanan cepat saji McDonald'sdi tekhnik industri UIN SUSKA.Kemudian uji secara parsial, dari pengujian ini dapat diketahui bahwa variabel persepsiberpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian McDoanld's pekanbaru di jurusan tekhnik industri UIN SUSKA, variabel motivasi juga mempunyai pengaruh secara signifikan terhadapKeputusan pembelian McDonald's di jurusan teknik industri UIN SUSKA. Dan variabel gaya hidup usia muda juga mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian McDonald's pekanbaru di jurusan tekhnik industri UIN SUSKA. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa persepsi, motivasi dan gaya hidup konsumen usia muda memberikan kontribusi terhadap Keputusan pembelian makanan cepat saji McDonald's pekanbaru di jurusan tekhnik industri UIN SUSKA sebesar 62,4% sedangkan sisanya sebesar 37,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci :Persepsi, Motivasi, Gaya Hidup Dan Keputusan Pembelian