

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.

ABSTRAK

PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA VIXION PADA CV. MAHKOTA MOTOR BANGKINANG

MARDIANSYAH SARAGIH

11471104877

Dewasa ini ada kecenderungan berubahnya motif seseorang untuk membeli sepeda motor. Dalam penelitian ini dirumuskan masalah adalah seberapa besar pengaruh motivasi, persepsi kualitas dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada CV Mahkota Motor Bangkinang. Penelitian ini menggunakan tiga variable bebas yaitu motivasi, persepsi kualitas dan sikap konsumen dan satu variable terikat yaitu keputusan pembelian konsumen. Penarikan sampel menggunakan accidental sampling dan sampel 100 orang. Hipotesis : diduga variable motivasi, persepsi kualitas dan sikap konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dan diduga variable motivasi, persepsi kualitas dan sikap konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh sebagai berikut : secara simultan variable motivasi, persepsi kualitas dan sikap konsumen signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana F hitung $>$ dari F table. Selanjutnya yaitu secara parsial variable motivasi, persepsi kualitas dan sikap konsumen signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada CV. Mahkota Motor Bangkinang, yaitu dengan nilai t hitung dari setiap variable bebas lebih besar dari t table. Dari ketiga variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian sepepda motor pada CV. Mahkota Motor Bangkinang adalah variable motivasi. Berdasarkan penelitian ini, penulis menyarankan kepada pihak CV. Mahkota Motor Bangkinnag untuk mempertahankan elemen motivasi, dan lebih memperbaiki elemen persepsi kualitas, dan sikap konsumen.

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