

## ABSTRAK

### **PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR GALON ISI ULANG NABIL QUA CV NABIL PERMATA BUNDA**

Oleh :  
**MUHAMMAD TAUFIK WIDODO**

*Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Nabil Qua CV Nabil Permata Bunda, penelitian ini berlangsung Januari 2018 sampai dengan April 2018. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel motivasi, persepsi, dan sikap konsumen memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian air galon isi ulang Nabil Qua CV. Nabil Permata Bunda dan Variabel mana yang memiliki pengaruh atau kontribusi paling besar. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan Cluster sampling. berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diperoleh persamaan:  $Y = 4.896 + 0.534X_1 + 0.190X_2 + 0.180X_3$  dimana variabel yang paling dominan yang mempengaruhi atau yang memiliki kontribusi paling besar adalah variabel motivasi dengan nilai sebesar 0,534. Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan Koefisien Determinasi diperoleh nilai R Squard sebesar 0,528. hal ini menunjukkan bahwa variabel motivasi, persepsi, dan sikap konsumen secara keseluruhan memberikan pengaruh yang sangat berpengaruh sebesar 52.8 % terhadap keputusan pembelian air galon isi ulang Nabil Qua CV. Nabil Permata Bunda dan 47,2 % diteliti oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Untuk perusahaan Nabil Qua CV. Nabil Permata Bunda agar lebih memperhatikan faktor-faktor atau pengaruh lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sehingga dapat memaksimalkan jumlah penjualan.*

*Kata Kunci : motivasi, persepsi, sikap konsumen dan keputusan pembelian*

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.