

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 KONSUMEN, PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA (STUDI KASUS DI DESA RANAH SINGKUANG, KECAMATAN KAMPAR)

Oleh :

REYNALDI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek yamaha di Desa Ranah Singkuang Kecamatan Kampar.

Populasi dalam penelitian ini seluruh pembeli sepeda motor Yamaha di Desa Ranah Singkuang. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan menunjukkan hasil bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Variabel motivasi konsumen menunjukkan hasil yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 5,709 diikuti dengan variabel sikap konsumen sebesar 4,618 dan variabel persepsi kualitas sebesar 3,735. Dari ketiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, ditunjukkan bahwa motivasi konsumen memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen