



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, DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN JASA KEBUGARAN TUBUH
(Studi pada Hunter Gym Pekanbaru)**

**OLEH:
APRILIA FATMA RIZKA**

Penelitian ini dilakukan pada Hunter Gym Pekanbaru. Dimulai bulan Desember hingga April 2017. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pemilihan jasa pada Hunter Gym Pekanbaru. Pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling* dengan rumus slovin yaitu 100 orang. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) digunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat spss versi 20.0. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda di peroleh persamaan: $Y = 0,816 + 0,477 X_1 + 0,262 X_2 + 0,262 X_3 + e$, hasil simultan (Uji f) diketahui bahwa variabel motivasi, persepsi, dan sikap konsumen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemilihan jasa Hunter Gym Pekanbaru. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) di ketahui bahwa variabel motivasi, persepsi, dan sikap konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan jasa pada Hunter Gym Pekanbaru. Sedangkan berdasarkan perhitungan nilai Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh Adjusted R Square sebesar 0,716. Hal ini menunjukkan bahwa variabel motivasi, persepsi, dan sikap konsumen secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 71,6% terhadap keputusan pemilihan jasa pada Hunter Gym. Sedangkan sisanya sebesar 28,4% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Kata kunci: Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen, Keputusan Pemilihan