

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 mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGARUH PERSEPSI DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG BERBASIS ANDROID PADA MASYARAKAT DESA PADANG LUAS KECAMATAN LANGGAM KABUPATEN PELALAWAN PROVINSI RIAU

SKRIPSI



Oleh:

ERNI YUSNAINI HASIBUAN

NIM: 11671202485

**PROGRAM SI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2020**

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGARUH PERSEPSI DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG BERBASIS ANDROID PADA MASYARAKAT DESA PADANG LUAS KECAMATAN LANGGAM KABUPATEN PELALAWAN PROVINSI RIAU

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi SI Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



Oleh:

ERNI YUSNAINI HASIBUAN
NIM: 11671202485

**PROGRAM SI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2020**



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ERNI YUSNAINI HASIBUAN
 NIM : 11671202485
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : SI MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : VIII (DELAPAN)
 JUDUL : PENGARUH PERSEPSI DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG BERBASIS ANDROID PADA MASYARAKAT DESA PADANG LUAS KECAMATAN LANGGAM KABUPATEN PELALAWAN PROVINSI RIAU

DISETUJUI OLEH
 PEMBIMBING

FERIZAL RACHMAD, SE, MM
 NIP. 19750216 201411 1 001

MENGETAHUI



DR. Drs. H. MUH. SAID HM, M.Ag. MM
 NIP. 19620512 198903 1 003

KETUA PRODI

FAKHRURROZI, SE, MM
 NIP. 19670725 200003 1 002



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ERNI YUSNAINI HASIBUAN
 NIM : 11671202485
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 PROGRAM STUDI : SI MANAJEMEN
 KOSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 JUDUL : PENGARUH PERSEPSI DAN MOTIVASI TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE
 SAMSUNG BERBASIS ANDROID PADA
 MASYARAKAT DESA PADANG LUAS
 KECAMATAN LANGGAM KABUPATEN
 PELALAWAN PROVINSI RIAU
 TANGGAL UJIAN : SELASA, 28 APRIL 2020

DISETUJUI OLEH
KETUA PENGUJI

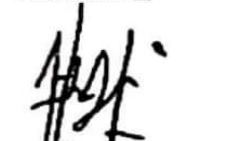

Dr. Kamaruddin, S.Sos, M.Si
 Nip. 19790101 200710 1 003

MENGETAHUI

PENGUJI I


Astuti Melinda, SE, MM
 NIP. 19720513 200701 2 018

PENGUJI II


Roza Linda, SE, MM
 NIP. 130 717 109

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 memunculkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Pengaruh Persepsi dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android Pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau

Oleh:

ERNI YUSNAINI HASIBUAN

NIM : 11671202485

Penelitian ini dilaksanakan pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam. bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi dan Motivasi Terhadap keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android Pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. Populasi dalam penelitian ini yaitu yang menggunakan handphone Samsung berbasis android pada tahun 2019. Metode teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi (X_1) dan Motivasi (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian handphone Samsung berbasis android pada masyarakat Desa Padang Luas. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah faktor Motivasi (X_2) lalu diikuti faktor Persepsi (X_1). Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat Uji F secara simultan menunjukkan $F_{hitung} (58,675) > F_{tabel} (3,09)$ dan $sig (0,000) < (0,05)$. Hasil Uji t secara parsial variabel persepsi $t_{hitung} (4,395) > t_{tabel} (1,984)$ dan $Sig (0,000) < (0,05)$ dan variabel motivasi $t_{hitung} (5,580) > t_{tabel} (1,984)$ dan $Sig (0,000) < (0,05)$. Hasil koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari kedua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya sebesar 54,7% dan sisanya sebesar 45,3% merupakan variabel lain yang tidak diteliti kedalam penelitian ini.

Kata Kunci : Persepsi, Motivasi, Keputusan Pembelian



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.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Al-hamdulillahirobbil'alamin

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasullullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Jurusan Strata I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Skripsi ini saya persembahkan secara khusus kepada Orang Tua tercinta dan tersayang, yaitu Ayahanda Fauji Hadi Wijaya Hasibuan dan Ibunda Nurashiah Ritonga serta kakak saya Piki Hasibuan dan ketiga adik saya yaitu Maya Safna Hasibuan, Apris Andika Hasibuan, Randiki Sanjaya Hasibuan, serta abang ipar yaitu Uki dan kedua keponakan saya yaitu Adelia Noviani dan Arkan Wijaya.

Suksesnya penyusunan skripsi ini tentunya penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag.MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Ibu Prof. DR. Leny Nofianti, MS, M.Si, Ak.CA selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Ibu Dr. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5. Bapak Dr. Amrul Muzan, S.HI, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

6. Ibu Sahwitri Triandani, SE,M.Si selaku Penasehat Akademik Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku ketua Jurusan SI Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Ibu Astuti selaku sekretaris Jurusan SI Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Bapak Ferizal Rachmad, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan Skripsi ini.



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.

10. Bapak/Ibu Dosen serta Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Kepada Oppung tersayang, serta kepada Keluarga besar Hasibuan dan Ritonga yaitu uwak (Hj. Yusnina, Ijal, Elun, Sri), Bapak (Pajar, Lamek, Ali, Sahran, Tambul, Imban), Uden (Pidah), Tulang (Anto, Juan, Arifin), Ibu (Ida, Ubah, Lijah, Efma) dan Kepada tulang yang telah mendaftarkan penulis dan banyak disibukkan sesuatu karena penulis yaitu Tulang Idris dan Arifin serta keluarga lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, do'a serta nasehat yang tulus kepada penulis selama ini.
12. Kepada sahabat dari SMP sampai Sekarang Indarti Mayasari, Adri Bikun dan Kepada sahabat sewaktu SMA sampai sekarang Sri Rezeki, Turiya, Pinkha Nuryanita, Yulianti, Katarina. Dan Viermadenity (Hijrah Nur Avika, Rima Eka Wahyuni, Dewi Fitriana, Kety Santya), serta kedua teman terkadang gokil yaitu Masnun Fitriani dan Nur Effa Aditya yang telah memberikan dukungan, do'a serta nasehat yang tulus kepada penulis selama ini.
13. Kepada kakak Rita Sianipar, yang telah membantu penulis dalam berbagai hal mengenai perkuliahan, dari mulai masuk kuliah hingga sekarang dan juga telah memotivasi penulis.
14. Seluruh Lokal C S1 Manajemen angkatan 2016 (SOMPLAK) serta seluruh teman-teman lokal B Konsentrasi Pemasaran angkatan 2016.terimakasih atas kebersamaannya selama perkuliahan dan telah memberikan dukungan, do'a serta nasehat yang tulus kepada penulis selama ini.



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.

5. Kakak Serly Marito Siregar, SE dan Siti Fatimah, SE yang telah membantu penulis dalam berbagai hal terutama dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Teman-teman dan keluarga besar Kukerta Desa Marga Mulya Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu tahun 2019, yaitu M. Nur, Ananda Rizky Putra, Lukman Hakim, Roby Setiawan, Apri Nanda Islami, Dini Ramadhani, Dewi Juita, Dita Alvi Fauzana, Pini Novita, Rasni
7. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis menjadi pahala dan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh ALLAH SWT.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan Skripsi ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari Skripsi ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, Februari 2020

Penulis,

ERNI YUSNAINI HASIBUAN

NIM: 11671202485

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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
 BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.3 Perilaku Konsumen.....	13
2.4 Keputusan Pembelian.....	15
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	15
2.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian...	17
2.5 Persepsi	21
2.5.1 Pengertian Persepsi	21

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.

2.5.2 Proses Persepsi	23
2.5.3 Implikasi Persepsi dalam Strategi Pemasaran	24
2.5.4 Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.6 Motivasi.....	26
2.6.1 Pengertian Motivasi.....	26
2.6.2 Proses Pembentukan Motivasi	30
2.6.3 Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.7 Pengaruh Persepsi dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.8 Pandangan Islam	32
2.9 Penelitian Terdahulu	33
2.10 Kerangka Pemikiran.....	37
2.11 Konsep Operasional Variabel	38
2.12 Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
3.2 Jenis dan Sumber Data	41
3.2.1 Jenis Data.....	41
3.2.2 Sumber Data	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.5 Teknik Analisis Data	44
3.5.1 Pengukuran Instrumen Penelitian.....	44
3.5.2 Analisis Deskriptif.....	44

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.

3.6 Uji Kualitas Data.....	45
3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.7 Uji Asumsi Klasik	46
3.7.1 Uji Normalitas	46
3.7.2 Uji Multikolinearitas	46
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.7.4 Uji Outokorelasi	47
3.8 Uji Regresi Linear Berganda.....	48
3.9 Pengujian Hipotesis.....	49
3.9.1 Uji Parsial (Uji T).....	49
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	50
3. 10 Uji Koefisien Determinasi.....	51
BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	
4.1 Sejarah Singkat Desa Padang Luas	52
4.2 Demografi.....	53
4.2.1 Batas Wilayah Desa.....	53
4.2.2 Luas Wilayah Desa.....	53
4.2.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.3 Keadaan Sosial	54
4.3.1 Lembaga Pendidikan	54
4.3.2 Data Tempat Ibadah.....	54

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.

4.4 Kondisi Pemerintahan Desa	54
4.4.1 Lembaga Pemerintahan	54
4.4.2 Lembaga Kemasyarakatan.....	54
4.4.3 Pembagian Wilayah	55
4.5 Visi dan Misi	55
4.6 Struktur Organisasi Desa.....	56
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden	62
5.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	62
5.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	63
5.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan	
Terakhir	63
5.1.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
5.1.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Status.....	65
5.2 Analisis Data	65
5.2.1 Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)...	65
5.2.2 Jawaban Responden Terhadap Persepsi (X1)	68
5.2.3 Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian (X2).	70
5.3 Uji Kualitas Data	72
5.3.1 Uji Validitas	72
5.3.2 Uji Reliabilitas.....	73
5.4 Uji Asumsi Klasik	74
5.4.1 Uji Normalitas	74

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.

5.4.2 Uji Multikolienieritas	75
5.4.3 Uji Heterokedastisitas	76
5.4.4 Uji Outokorelasi	77
5.5 Uji Regresi Linear Berganda	77
5.6 Uji Hipotesis.....	79
5.6.1 Uji Secara Parsial (uji T).....	79
5.6.2 Uji Secara Simultan (uji F).....	81
5.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	82
5.8 Pembahasan.....	83
5.8.1 Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android	84
5.8.2 Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android	84
5.8.3 Pengaruh Persepsi dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android.....	85

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan.....	87
6.2 Saran.....	88

Daftar Pustaka

Lampiran


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 mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Desa Padang Luas Tahun 2019	5
Tabel 1.2 Data Pengguna Handphone Samsung Berbasis Android pada Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Januari 2019-Desember 2019.	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel	38
Tabel 3.1 Kriteria Pengujian Outokorelasi dengan Uji Durbin-Watson	48
Tabel 5.1 Data Responden Berdasarkan Umur	62
Tabel 5.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 5.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	63
Tabel 5.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel 5.5 Data Responden Berdasarkan Status.....	65
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian (Y)	66
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Persepsi (X1)	68
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Tentang Variabel Motivasi (X2)	70
Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 5.11 Hasil Uji Normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov	74
Tabel 5.12 Hasil Uji Multikolinieritas	75
Tabel 5.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.	76
Tabel 5.14 Hasil Uji Outokorelasi	77
Tabel 5.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	78
Tabel 5.16 Hasil Uji Parsial (uji T).....	80
Tabel 5.17 Hasil Uji Simultan (uji F).....	82

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

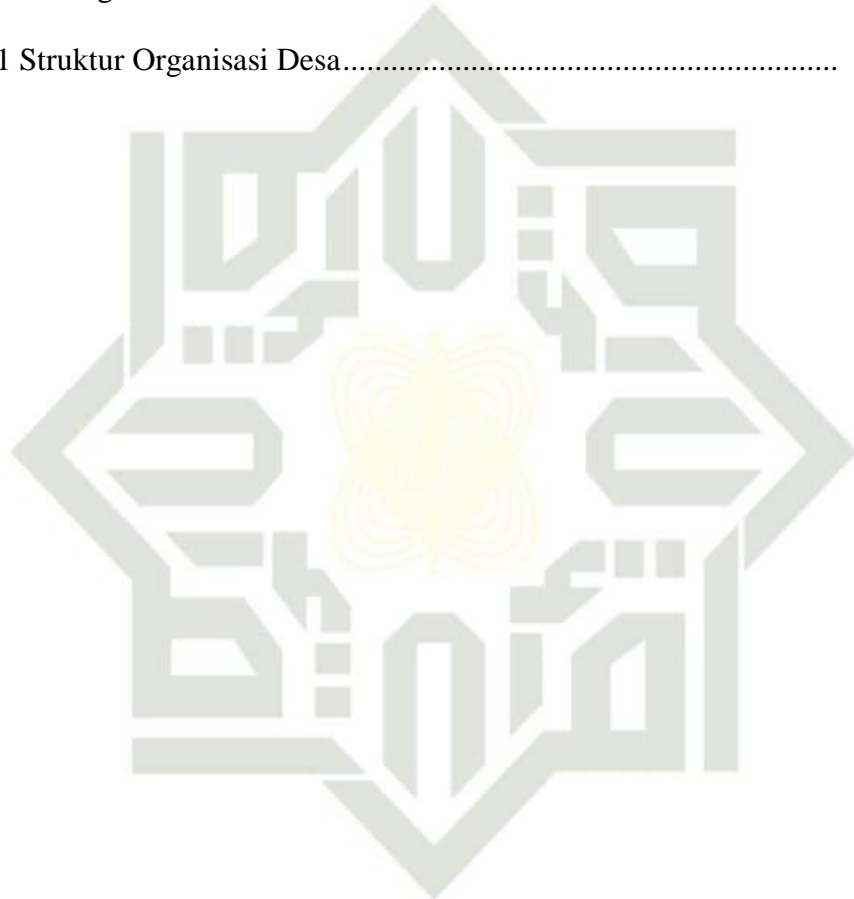
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pembentukan Motivasi	30
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Desa.....	56



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Data Market Share Smartphone Android Tahun 2019.....	3
Diagram 1.2 Data Prsurvey Persepsi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan .	6
Diagram 1.3 Data Prsurvey Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan.....	7



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 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.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis pada era globalisasi saat ini makin dinamis dengan adanya persaingan yang tidak hanya menimbulkan peluang tetapi menimbulkan tantangan. Dalam perkembangan dunia modern dan globalisasi saat ini suatu kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. Teknologi telekomunikasi merupakan salah satu peluang bisnis potensial yang dimanfaatkan oleh produsen dalam persaingan. Meningkatnya kebutuhan akan penggunaan teknologi telekomunikasi yang diyakini dapat membantu meringankan pekerjaan seseorang. Salah satu produk teknologi telekomunikasi yang saat ini diperebutkan oleh banyak kalangan adalah handphone (ponsel).

Handphone tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi dalam bentuk panggilan, akan tetapi sekarang di lengkapi dengan berbagai fitur seperti bisa menangkap siaran radio, televisi, pemutar video, kamera digital, game, layanan internet, menerima email, media sosial dan editing dokumen. Handphone merupakan salah satu hal yang penting saat ini bagi masyarakat luas dengan adanya handphone saat ini sangat membantu bagi yang menggunakannya. Handphone pada zaman sekarang bukan lagi digunakan hanya untuk orang dewasa akan tetapi saat ini banyak juga anak remaja yang menggunakan.

Dimana handphone saat ini mengalami kemajuan salah satunya saat ini jenis handphone berbasis android. Handphone berbasis android adalah produk ponsel cerdas yang bisa digunakan maksimal jika selalu tersambung ke jaringan internet setiap saat dan sistem operasinya untuk telfon seluler (handphone) yang berbasis linux (software sistem operasi open source yang merupakan turunan dari unix dan dapat bekerja pada berbagai macam perangkat keras computer). Terdapat beberapa merek handphone android yang bersaing dalam bisnis ini di Indonesia antara lain : Samsung, Lenovo, Xiami, Oppo, Vivo, Realme dan berbagai jenis handphone lainnya.

Diketahui bahwa, Pemasaran selalu berkembang seiring dengan perkembangan zaman, Sehingga, perkembangan zaman telah menentukan bergulirnya era gobalisasi dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal ini terlihat terhadap android Samsung, dikarenakan Samsung mampu memasarkan produk yang dimilikinya yang merupakan salah satu merek smartphone yang menghipnotis banyak masyarakat dengan keunggulan dan kelebihanannya, dengan inovasi-inovasi canggih dalam rentetan produk yang dilakukan, sehingga memiliki ikatan dengan brand Samsung. Hubungan konsumen dengan brand itu tidak hanya saat membeli atau sebelum membeli. Oleh karena itu, dapat dilihat pada market share handphone samsung berbasis android ini memiliki tingkatan lebih lebih unggul daripada android lainnya. Hal ini disebabkan adanya inovasi yang dilakukan oleh produk android Samsung terhadap pemasarannya. Dimana dapat dilihat dari perbandingan antara android Samsung dengan android oppo yaitu dari segi baterai Samsung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

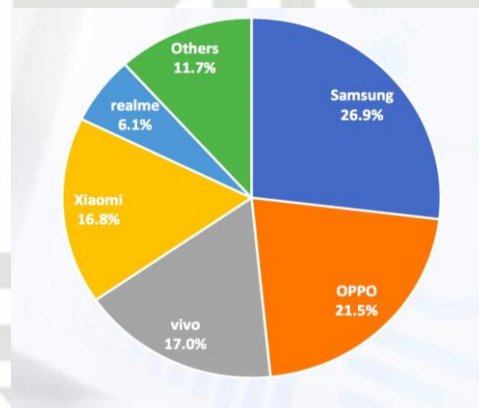
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 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.

(Li Ion 3300 mAh Non-Removable) Oppo (Baterai Li-Po 2850 mAh Non-Removable VOOC flash Charge). Untuk dapat melihat penjualan android dapat dilihat data market share android dibawah ini :

Diagram 1.1 Data Market Share Smartphone Android Tahun 2019



Sumber : Pasar ponsel RI kuartal II-2019(IDC)

Berdasarkan Diagram 1.1 data market share smartphone android di Indonesia dapat dilihat bahwa market share pada tahun 2019 smartphone android samsung berjumlah 26.9% dengan posisi pertama selanjutnya posisi kedua di duduki oleh oppo dengan market share 2019 berjumlah 21.5%. Pada posisi ketiga adalah vivo dengan jumlah market share 17.0% pada posisi ke empat adalah xiaomi dengan jumlah market share 16.8% dan pada posisi ke lima ada realmi dengan jumlah market share 6.1% dan other berjumlah 11.7%.

Dengan begitu, konsumen atau masyarakat memiliki persepsi atau pandangan terhadap produk samsung berbasis android dengan adanya fitur,

design dan sebagainya. Dengan begitu masyarakat akan memiliki motivasi terhadap produk tersebut hingga mereka bertindak untuk dapat melakukan keputusan pembelian yang diinginkan.

Dalam penelitian ini peneliti memilih di Desa Padang Luas, dikarenakan peneliti melihat masyarakat banyak yang menggunakan handphone Samsung berbasis android baik dikalangan remaja dan dewasa, dengan banyak yang menggunakan berarti mereka telah melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil pada prasurvey yang telah peneliti lakukan. Pada hasil prasurvey yang di lakukan melalui wawancara dan kuesioner kepada masyarakat, pada hasil prasurvey wawancara banyak masyarakat yang menjawab bahwa mereka memiliki pandangan atau tanggapan terhadap Samsung, dimana mereka berasumsi bahwa handphone samsung berbasis android memiliki Kualitas dan keawetan. Dimana salah satunya pada kualitas daya tahan baterai dan kameranya memuaskan, hingga timbullah dorongan dari dalam diri untuk melakukan keputusan pembelian karena handphone samsung berbasis android dapat memenuhi kebutuhan mereka.

persepsi dan motivasi merupakan faktor dalam keputusan pembelian berdasarkan perilaku konsumen. Persepsi dalam artian umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak menurut **Effendi (2016)**. Sedangkan Motivasi adalah sebagai suatu dorongan yang menggerakkan konsumen untuk memutuskan bertindak kearah pencapaian tujuan yaitu berbagai macam kebutuhan dan keinginan. Dimana, persepsi dan motivasi

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 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.

merupakan Faktor dalam Keputusan Pembelian yang termasuk kedalam Faktor Psikologis yang didalamnya terdapat Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan dan Sikap menurut **Kotler dan Keller (2009)**.

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Desa Padang Luas Tahun 2019

No	Dusun	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Belimbing Indah	296 Orang	297 Orang	593 Orang
2	Suka Mulia	389 Orang	373 Orang	762 Orang
Total				1.355 Orang

Sumber : Kaur Pemerintahan Kantor Kepala Desa Padang Luas

Dapat dilihat pada tabel 1.1 jumlah penduduk Desa Padang Luas pada tahun 2019 pada dusun Belimbing Indah penduduk laki-laki sebanyak 296 Orang dan Perempuan berjumlah 297 Orang dengan jumlah total 593 Orang. Pada dusun Suka Mulia jumlah penduduk laki-laki sebanyak 389 Orang dan jumlah penduduk perempuan 373 Orang dengan jumlah total 762 Orang. Dengan begitu jumlah keseluruhan penduduk laki-laki dan perempuan sebanyak 1.355 Orang. Dimana diketahui Masyarakat Desa Padang Luas merupakan masyarakat mayoritas yang bekerja dan berpenghasilan Petani, dimana merupakan petani sawit dan karet, selain itu di Desa Padang Luas dapat terlihat banyaknya penjual baik golongan besar dan penjual warung-warung kecil.

Pada hasil untuk mengetahui pengguna android Samsung berbasis android dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

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.

Tabel 1.2 Data Pengguna Handphone Samsung Berbasis Android pada Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Januari 2019-Desember 2019

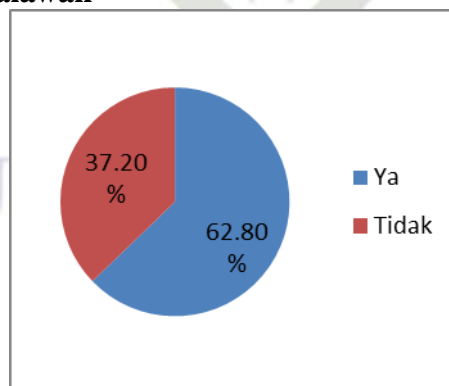
No	Dusun	Jumlah Pengguna
1	Suka Mulia	183
2	Belimbing Indah	111
Total		294

Sumber : Pengambilan data survey

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa data pengguna handphone Samsung berbasis android pada Januari sampai Desember 2019 diketahui pada dusun Suka Mulia berjumlah 183 orang dan dusun Belimbing Indah berjumlah 111 orang.

Berdasarkan hasil pada prasurvey tentang persepsi dan motivasi dapat dilihat pada diagram dibawah ini yang diperoleh dari olahan 43 responden melauai geogle from yaitu :

Diagram 1.2 Data Prsurvey Persepsi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan



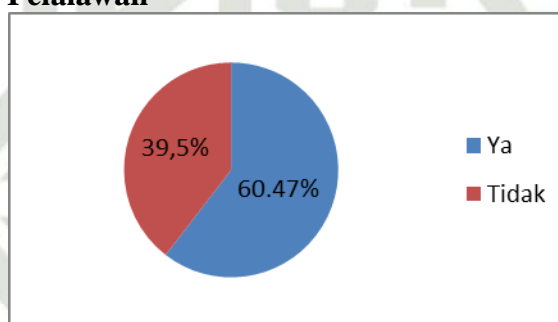
Sumber : Data Diolah 2019

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.

Pada pertanyaan variabel persepsi peneliti bertanya kepada responden apakah keputusan pembelian handphone Samsung berbasis android ini berdasarkan pada persepsi bahwa kualitas handphone Samsung berbasis android bagus. Dapat dilihat dari diagram diatas dari 43 responden, 62.80% menjawab Ya dan 37.20% menjawab Tidak.

Diagram 1.3 Data Prasurvey Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan



Sumber : Data Diolah 2019

Pada pertanyaan variabel Motivasi peneliti bertanya kepada responden apakah responden dalam keputusan pembelian handphone Samsung berbasis android karena adanya dorongan/tindakan dari dalam diri untuk kebutuhan aktivitas sehari-hari, dari 43 responden 60.45% menjawab Ya dan 39.5% menjawab Tidak.

Menurut **Kotler dan Keller (2009)** Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Menurut **Kotler dan Keller (2009)** persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Point utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi disetiap diri kita dan pendapat dari **Sangadji dan Sopiah (2013)** mengungkapkan motivasi adalah dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak kearah tujuan yang ingin di capai, terkait dengan konsumen, motivasi bisa diartikan sebagai suatu dorongan yang menggerakkan konsumen untuk memutuskan bertindak kearah pencapaian tujuan yaitu berbagai macam kebutuhan dan keinginan.

dalam penelitian **Efri (2017)** Variabel Motivasi dan Persepsi Konsumen Berpengaruh secara Simultan Terhadap Keputusan Membeli Handphone Merek Asus dan penelitian oleh **Aditya Huriartanto, Djamhur Hamid, Pravissi Shanti (2015)** yang menyatakan bahwa motivasi dan persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan pada uraian di atas, terdapat fenomena, prasurvey yang peneliti lakukan dan terdapat penelitian terdahulu, maka peneliti ingin meneliti apakah terdapat pengaruh persepsi dan motivasi terhadap keputusan pembelian. Sehingga, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android Pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi 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 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.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Persepsi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android Pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau?
2. Apakah Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android Pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau?
3. Apakah Persepsi dan Motivasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android Pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Persepsi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android Pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.
2. Untuk mengetahui Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android Pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.
3. Untuk mengetahui Persepsi dan Motivasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android

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.

Pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.

Manfaat di adakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti, dapat menambah dan menerapkan ilmu pengetahuan tentang perilaku konsumen terutama tentang keputusan dalam membeli handphone
2. Bagi Perusahaan, dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dan sebagai bahan informasi dalam meningkatkan keputusan pembelian yang di lakukan oleh masyarakat luas.
3. Bagi akademis, diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian mahasiswa selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini di bahas dalam 6 bab, dimana pembahasan-pembahasan bab tersebut mempunyai kaitan antara satu dengan yang lainnya yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat serta sistematika penelitian.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan landasan teori yang mendukung penelitian diantaranya yaitu mengenai pemasaran, Persepsi, Motivasi dan keputusan

pembelian, penelitian terdahulu, kerangka pikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan mengenai populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum tempat penelitian yang menjadi sampel penelitian

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dari penelitian dimulai dari statistik deskriptif penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini menguraikan kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

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.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran

Dimana Pemasaran merupakan aktivitas, mengatur lembaga dan proses untuk menciptakan, berkomunikasi, memberikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya menurut **Malau (2017)**.

Menurut **Assauri (2010)** Pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Menurut **Kotler dan Keller (2009)** Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Menurut *American Marketing Association (AMA)* Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi pemangku kepentingan lainnya.

Dari definisi di atas bahwasanya pemasaran adalah suatu kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen baik secara individu atau kelompok untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dimana dengan bertukar nilai dari pertukaran itu.

- 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 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.

2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah Kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa yang sesungguhnya di butuhkan oleh konsumen dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan menurut **Sule dan Saefullah (2010)**

Menurut **Riofita (2015)** mendefinisikan manajemen pemasaran adalah menciptakan dan menghantarkan nilai yang memuaskan kepada konsumen agar tercipta pertukaran berkesinambungan dalam usaha. Menurut **Kotler dan Keller dalam Efri (2017)** manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Dari uraian definisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu ilmu dimana menciptakan sesuatu dengan fungsi manajemen bagaimana mereka mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan bagaimana cara memenuhi kebutuhan konsumen.

2.3 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sebagai dinamika antara pengaruh dan kesadaran, perilaku dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan menurut dari *American Marketing Association (AMA)*

Menurut **Peter dan Olson (2018)**. Perilaku Konsumen adalah konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan dalam proses konsumsi dan perilaku

konsumen bersifat dinamis karena pemikiran, perasaan dan tindakan individu konsumen, kelompok target konsumen dan masyarakat luas berubah konstan.

Menurut **Sumarwan dalam Saputra (2017)** perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas kegiatan mengevaluasi.

Menurut **Setiadi (2015)** perilaku konsumen adalah dinamis, hal itu berarti bahwa perilaku seorang konsumen, group konsumen ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Demikian pada pengembangan strategi pemasaran sifat dinamis perilaku konsumen menyiratkan bahwa seseorang tidak boleh berharap bahwa suatu strategi pemasaran yang sama dapat memberikan hasil yang sama di sepanjang waktu, pasar dan industri.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang di lakukan oleh konsumen yang selalu mengalami perubahan yang tidak akan pernah sama.

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 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.

2.4 Keputusan Pembelian

2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut **Schiffman dan Kanuk (2009)** Keputusan pembelian adalah *“The Selection of anaftion from two alternative choice”* yaitu keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.

Menurut **Effendi (2016)** keputusan pembelian adalah kunci perilaku konsumen, dimana konsumen melakukan tindakan sehubungan dengan konsumsi produk dan jasa yang dibutuhkan.

Menurut **Kotler dan Amstrong (2009)** keputusan pembelian adalah menentukan tindakan atau pengambilan keputusan dari beberapa alternatif dan kemudian dipilih salah satu atau lebih untuk dibeli.

Sehingga,keputusan pembelian adalah sesuatu yang dipilih oleh konsumen terhadap sesuatu produk dari berbagai pilihan, yang membuat konsumen membeli produk tersebut.

2.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Menurut **Kotler dan Keller (2009)** terdapat beberapa tahap konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu :

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang di picu oleh rangsangan internal atau eksternal. Dengan rangsangan internal, salah satu dari kebutuhan normal seseorang seperti rasa lapar, haus, naik ketingkat maksimum menjadi

dorongan atau kebutuhan bisa timbul akibat rangsangan eksternal yang memicu pemikiran tentang kemungkinan melakukan pembelian.

2. Pencarian Informasi

Konsumen dapat berusaha melakukan pencarian informasi yang berhubungan dengan kebutuhan. Mungkin aktif melakukan pencarian di bahan bacaan, keluarga, menelfon teman, melakukan pencarian dari Web.

3. Evaluasi alternatif

Beberapa konsep dasar yang membantu kita memahami proses evaluasi. Pertama, konsumen berusaha memuaskan kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan. Konsumen akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang menghantarkan manfaat yang memenuhi kebutuhan.

4. Keputusan Pembelian

Pada tahap evaluasi, konsumen memberikan peringkat terhadap merek dan membentuk niat pembelian, umumnya. Keputusan pembelian akan membeli merek yang paling disukai. Tetapi dua faktor bisa datang antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah faktor situasional yang tak terduga. Konsumen mungkin membentuk niat

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.

pembelian berdasarkan faktor-faktor pendapatan yang di harapkan, manfaat produk yang diharapkan, namun kejadian tidak terduga dapat mengubah niat beli.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah melakukan serangkaian proses hingga membeli produk, konsumen akan baik puas atau tidak puas dan akan terlibat dalam perilaku pasca pembelian yang menarik bagi pemasar. Hal yang menentukan apakah pembeli puas atau tidak puas dengan pembelian terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan langsung pada produk.

2.4.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian

menurut **Kotler dan Keller (2009)** keputusan pembelian itu dipengaruhi oleh perilaku konsumen dengan faktor-faktor antara lain:

1. Faktor Budaya

Budaya adalah penyebab yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Perilaku manusia sebagian besar dipelajari. Dibesarkan di masyarakat, anak belajar nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku dari keluarganya dan lembaga penting lainnya. Setiap kelompok atau masyarakat memiliki budaya dan pengaruh budaya pada perilaku pembelian dapat sangat bervariasi dari negara dengan negara lainnya. Kegagalan untuk menyesuaikan diri dengan perbedaan-perbedaan ini dapat mengakibatkan pemasaran yang tidak efektif atau kesalahan yang memalukan.

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.

Sub-budaya, setiap kebudayaan mengandung sub-budaya yang lebih kecil atau kelompok orang dengan sistem nilai bersama berdasarkan pengalaman hidup umum dan situasi. Sub-budaya termasuk kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak sub-budaya membuat segmen pasar yang penting dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

2. Faktor Sosial

Selain dengan faktor budaya, didalam faktor ini ada dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

a. Referensi Kelompok Sosial

Kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung dari perbandingan atau referensi dalam membentuk sikap atau perilaku seseorang. Orang sering dipengaruhi oleh kelompok referensi yang mereka tidak termasuk di dalamnya.

b. Keluarga

Anggota keluarga sangat mempengaruhi perilaku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan telah diteliti secara ekstensif. Pemasar tertarik pada peran dan pengaruh suami, istri dan anak-anak. Pada pembelian produk dan jasa yang berbeda.

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 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.

c. Peran dan Status

Masing-masing orang dapat didefinisikan dari segi peran dan status. Peran terdiri dari kegiatan yang orang di harapkan untuk melakukan sesuai dengan orang-orang di sekitar mereka. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum yang diberikan kepadanya oleh masyarakat.

3. Faktor Personal

Di dalam faktor personal dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

a. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Pembelian dibentuk oleh tahap siklus kehidupan keluarga-tahap melalui mana yang mungkin dilewati keluarga seiring bertumbuhnya mereka dari waktu ke waktu. Perubahan tahap kehidupan biasanya dihasilkan dari demografi dan peristiwa perubahan hidup. Pemasar sering menentukan target pasar mereka dalam hal tahap siklus hidup dan mengembangkan produk yang tepat dan rencana pemasaran untuk setiap tahap.

b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibeli dimana pemasar dapat mengidentifikasi kelompok yang mana minat untuk dibelinya.

c. Situasi Ekonomi

Situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi produk pilihannya. Dimana pemasar dapat mengamati pendapatan dan tingkat suku

bunga, sehingga perusahaan akan dapat merancang ulang, mengubah posisi dan mengubah harga produk mereka.

d. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola seseorang hidup seperti yang diungkapkan dalam psikografisnya seperti kegiatan, minat dimana seseorang berinteraksi di dalam dunia.

e. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologisnya dan dapat membedakan seseorang atau kelompok. Dapat dilihat dari kepercayaan diri, sosialisasi dan sebagainya.

4. Faktor Psikologis

Faktor-faktor psikologis terdiri dari faktor Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan Keyakinan.

a. Motivasi

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu, ada yang biologis yang timbul dari keadaan tegang, seperti lapar, haus atau ketidaknyamanan dan Lainnya adalah psikologis yaitu kebutuhan yang muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa keanggotaan kelompok. Kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai level intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang mendorong konsumen untuk bertindak.

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 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.

b. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana masyarakat memilih, mengatur, dan menerjemahkan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti.

c. Pembelajaran

Belajar menggambarkan perubahan perilaku individu yang timbul dari pengalaman.

d. Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah suatu pemikiran deskriptif yang memiliki seseorang tentang sesuatu. Sikap menempatkan orang-orang kedalam kerangka pikiran dari menyukai atau tidak menyukai sesuatu atau bergerak menuju atau jauh dari mereka.

2.5 Persepsi

2.5.1 Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi juga dapat didefinisikan dengan sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua maka akan timbul persepsi. Pengertian dari persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasikan dan diinterpretasikan menurut **Setiadi (2015)**.

Menurut **Kotler dan Keller (2009)** persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Point utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi disetiap diri kita.

Persepsi dapat memengaruhi proses keputusan pembelian sehingga menghasilkan keputusan pembelian yang didasarkan pada pilihan produk. persepsi merupakan sebuah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka dan persepsi dalam artian umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respons bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak menurut **Effendi (2016)**

Dimana indikator dari persepsi yaitu :

- a. Karakteristik tambahan untuk menjadi pembeda
- b. Jarang terjadi kerusakan
- c. Kualitas
- d. Daya tahan
- e. Kestabilan

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 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.

2.5.2 Proses Persepsi

Proses persepsi menurut **Setiadi (2015)** ada beberapa proses persepsi yaitu :

1. Seleksi Perseptual

Yaitu seleksi perseptual terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada *psychological set* yang dimiliki. *psychological set* yaitu berbagai informasi yang ada dalam memori konsumen. Sebelum seleksi persepsi terjadi. Terlebih dahulu stimulus mendapatkan perhatian dari konsumen baik terjadi secara sengaja atau tidak sengaja dan persepsi selektif yaitu mempunyai keterlibatan yang tinggi terhadap suatu produk.

2. Organisasi Persepsi

Organisasi persepsi berarti bahwa konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber kedalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Prinsip dasar dari organisasi persepsi adalah penyatuan yang berarti bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh. Pengorganisasian itu memudahkan untuk memproses informasi dan memberikan pengertian yang terintegrasi terhadap stimulus.

3. Interpretasi

Proses terakhir dari persepsi adalah memberikan interpretasi atas stimulus yang diterima oleh konsumen. Setiap stimulus yang menarik perhatian konsumen baik di sadari atau tidak disadari akan diinterpretasikan oleh konsumen. Dalam proses interpretasi konsumen membuka kembali

berbagai informasi dan memori yang telah tersimpan dalam waktu lama yang berhubungan dengan stimulus yang di terima. Interpretasi itu berdasarkan pengalaman pengguna masa lalu, dan pengalaman itu tersimpan dalam memori jangka panjang konsumen.

2.5.3 Implikasi Persepsi dalam Strategi Pemasaran

Konsumen cenderung membentuk citra terhadap merek, toko dan perusahaan didasarkan pada inferensi mereka yang diperoleh dari stimuli pemasaran dan lingkungan. Citra adalah total persepsi terhadap suatu objek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Sasaran penting dari strategi pemasaran adalah untuk mempengaruhi persepsi terhadap merek, toko ataupun perusahaan.

Pemasar harus konstan mencoba mempengaruhi citra konsumen. Citra tersebut terdiri dari :

1. Citra Merek

Citra merek mempresentasikan keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu.

2. Citra Toko

Konsumen sering mengembangkan citra toko didasarkan pada kelengkapan, pendapat teman dan pengalaman belanja. Citra toko yang ada dibenak konsumen akan mempengaruhi citra merek. Oleh karena itu penempatan produk pada rantai toko-toko pengecer merupakan sarana untuk membentuk citra.

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.

3. Citra Perusahaan

Ketika konsumen mempunyai pengalaman yang baik atas penggunaan berbagai merek produk yang dihasilkan oleh perusahaan, maka konsumen mempunyai citra yang positif atas perusahaan tersebut. Pada saat itulah terbentuk apa yang disebut citra perusahaan.

2.5.4 Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen dalam membeli atau mengonsumsi suatu produk akan di pengaruhi oleh suatu kegiatan pemasar dan persepsi konsumen itu sendiri. Persepsi konsumen akan mempunyai keputusan pembelian dikarenakan setiap konsumen mempunyai kesukaan dan kebiasaan yang berbeda-beda. Serta pendapat menanggapi sesuatu hal dengan berbeda-beda tanggapan atau persepsi yang mereka punya, karena sesuai dengan kondisi konsumen terutama di dukung oleh kemampuan seseorang untuk mendapatkan suatu barang.

Menurut **Kotler dan Keller (2009)** keputusan pembelian yang dilakukan berdasarkan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, antara lain motivasi, persepsi, pembelajaran keyakinan dan sikap. Dari uraian diatas maka konsumen atau masyarakat akan dapat mengidentifikasi masukan-masukan informasi yang mereka peroleh mengenai barang kemudian mengevaluasinya untuk melakukan keputusan pembelian.



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.

2.6 Motivasi

2.6.1 Pengertian Motivasi

Menurut **Schifman dan Kanuk dalam Martha (2015)** motivasi dapat di gambarkan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu mereka untuk bertindak. Tenaga pendorong tersebut dihasilkan oleh keadaan tertekan, yang timbul sebagai akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi. Individu secara sadar maupun tanpa sadar berjuang untuk mengurangi ketegangan ini melalui perilaku yang mereka harapkan dan memenuhi kebutuhan mereka dan dengan demikian akan membebaskan mereka dari tekanan yang mereka rasakan.

Di dalam melakukan upaya memenuhi kebutuhan ini sangat dimungkinkan terjadi perbedaan antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lain, meskipun sebenarnya mereka memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama. Setelah sebagian atau seluruh kebutuhan terpenuhi, maka akan terjadi penurunan ketegangan, menurutnya ketegangan ini bukan berarti sudah tidak ada kebutuhan dan keinginan lagi. Kebutuhan dan keinginan yang lain berbeda akan muncul dan menuntut di penuhi. Inilah dinamika motivasi yang tidak akan pernah berhenti selagi manusia hidup menurut **Suryani (2013)**

Menurut **Sangadji dan Sopiiah (2013)** mengungkapkan motivasi adalah dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak kearah tujuan yang ingin di capai, terkait dengan konsumen, motivasi bisa diartikan sebagai suatu dorongan yang

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.

menggerakkan konsumen untuk memutuskan bertindak kearah pencapaian tujuan yaitu berbagai macam kebutuhan dan keinginan.

Dimana Motivasi mempunyai indikator yaitu :

- a. Kualitas terjamin
- b. Kenyamanan
- c. Harga puna jual
- d. Harga produk
- e. Model yang bervariasi dan tidak ketinggalan jaman

Teori-teori tentang motivasi menurut **Kotler dan Keller** dalam **Efri (2017)** antara lain :

1. Teori Motivasi Freud

Freud mengasumsikan bahwa kekuatan psikologis yang membentuk perilaku manusia sebagian besar tidak di sadari bahwa seseorang tidak dapat sepenuhnya memahami motivasi dirinya, ketika seseorang mengamati merek-merek tertentu, ia akan bereaksi tidak hanya pada kemampuan yang terlihat nyata pada merek-merek tersebut, melainkan juga pada petunjuk (*clues*) lain yang samar. Wujud, ukuran, umur, berat, bahan, warna, dan nama merek dapat memicu asosiasi (arah pemikiran) dan emosi tertentu. Teknik yang disebut *laddering* (perjenjangan) dapat digunakan untuk menelusuri motivasi seseorang mulai dari motivasi yang bersifat alat sampai ke motivasi yang lebih bersifat tujuan (**Kotler dan Keller, 2009**).



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.

2. Hierarki Kebutuhan Maslow

Teori kebutuhan mengikuti jamak yaitu berperilaku karena adanya dorongan untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan. Maslow berpendapat bahwa kebutuhan yang diinginkan seseorang tersebut berjenjang artinya jika kebutuhan pertama terpenuhi, timbul kebutuhan kedua begitu seterusnya. Inti dari teori Maslow yaitu bahwa kebutuhan manusia tersusun dalam suatu hierarki. Dimana hierarki tersebut sebagai berikut :

a. *Physiological Needs* (Kebutuhan Fisik)

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan mempertahankan hidup dan bukti yang nyata akan tampak dalam pemenuhannya. Yaitu berupa sandang, pangan, papan.

b. *Safety Needs* (kebutuhan keamanan)

Manifestasinya dapat terlihat pada kebutuhan akan keamanan jiwa, keamanan harta, perlakuan yang adil, pensiun dan jaminan hari tua.

c. *Social Needs* (kebutuhan sosial)

Kebutuhan sosial ini merupakan kebutuhan yang paling penting untuk diperhatikan setelah kebutuhan fisiologis dan keamanan.

d. *Esteem Needs* (kebutuhan penghargaan)

Kebutuhan ini bersifat egoistik dan berkaitan erat dengan status seseorang dan kebutuhan penghargaan dari orang lain.

e. *Self - Actualization Needs* (kebutuhan aktualisasi diri)

Kebutuhan jenis ini merupakan kebutuhan yang paling tinggi yaitu untuk menunjukkan prestasinya yang maksimal. Tanpa terlalu menuntut dari organisasi. Motivasi yang ada pada diri konsumen akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan kepada tujuan yang mencakup sasaran kepuasan.

3. Teori Motivasi Herzberg

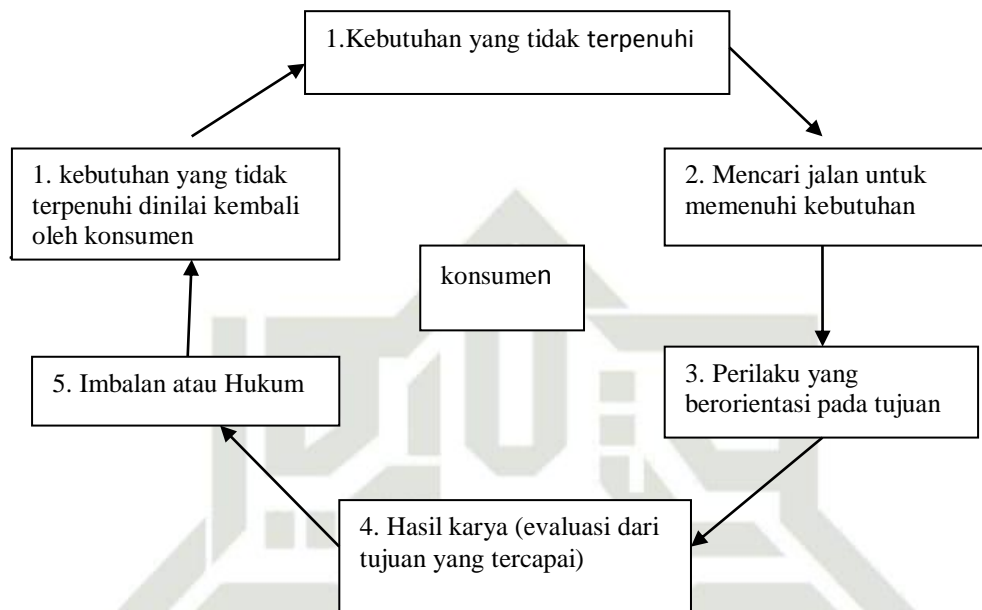
Herzberg mengembangkan dua teori yang membedakan dissatisfiers (faktor-faktor yang menyebabkan ketidakpuasan) dan satisfiers (faktor-faktor yang menyebabkan kepuasan). Teori Herzberg mempunyai dua implikasi, pertama, para penjual harus berusaha sebaik-baiknya menghindari dissatisfiers. Walaupun tidak menyebabkan lakunya produk, hal tersebut bias dengan mudah menyebabkan produk tersebut tidak terjual. Kedua, para pabrikan harus mengidentifikasi satisfers atau memotivator utama pembelian di pasar dan kemudian menyediakan satisfers itu, satisfers itu akan menghasilkan perbedaan-perbedaan besar terhadap merek apa yang dibeli pelanggan.

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.

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.

2.6.2 Proses Pembentukan Motivasi



Gambar 2.1 Proses Pembentukan Motivasi
 Sumber : Setiadi 2015

2.6.3 Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut **Sangadji dan Sopiah (2013)** mengungkapkan motivasi adalah dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri (lingkungan) yang menjadi factor penggerak kearah tujuan yang ingin di capai, terkait dengan konsumen, motivasi bisa diartikan sebagai suatu dorongan yang menggerakkan konsumen untuk memutuskan bertindak kearah pencapaian tujuan yaitu berbagai macam kebutuhan dan keinginan.

Dengan adanya dorongan membuat konsumen melakukan atau bertindak baik itu dari dorongan dalam diri sendiri atau dari luar diri hingga dengan adanya dorongan tersebut maka masyarakat akan melakukan keputusan pembelian.

Menurut **Kotler dan Keller (2009)** keputusan pembelian yang dilakukan berdasarkan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, antara lain motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

2.7 Pengaruh Persepsi dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian

menurut **Effendi (2016)** persepsi merupakan sebuah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka dan persepsi dalam artian umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respons bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak. Menurut **Sangadji dan Sopiiah (2013)** motivasi bisa diartikan sebagai suatu dorongan yang menggerakkan konsumen untuk memutuskan bertindak kearah pencapaian tujuan yaitu berbagai macam kebutuhan dan keinginan.

Pengaruh persepsi dan motivasi terhadap keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh **Kotler dan Keller (2009)** bahwa persepsi dan motivasi termasuk kedalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan perilaku konsumen yang di pengaruhi oleh faktor psikologi. Dimana persepsi dan motivasi ini merupakan bagian dari Faktor Psikologis. Faktor-faktor psikologis terdiri dari Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan dan sikap.

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 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.

2.8 Pandangan Islam

Didalam islam terdapat hal yang mengatur tentang perdagangan yang merupakan jalan yang benar dalam setiap perdagangan, dimana Allah SWT berfirman dalam surah An-Nisa' 4: Ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."*

Dari ayat di atas bahwa dalam islam telah diatur mengenai jual beli. Ayat diatas menjelaskan bahwa dalam perdagangan yang sesuai dengan syariat adalah perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu.oleh karena itu, setiap perdagangan haruslah suka sama suka diantara kamu sehingga perdagangan tersebut di jalan yang benar.

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.

2.9 Penelitian Terdahulu

Sebelum peneliti mengangkat judul ini, telah dilakukan penelitian sebelumnya oleh peneliti lain yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian dan Terbit	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Weni Meisari Putri (2017)	Pengaruh Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Smartfren Pada Karyawan Electric & Instrumentation Division PT. Indah Kiat Pulp And Paper (PT.IKPP) Perawang. (Skripsi)	Hasil dari penelitian ini menyatakan Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kuota internet pada karyawan electric & instrumentation division PT. Indah Kiat Pulp And Paper (PT.IKPP) Perawang	Perbedaan terletak pada variabel bebas dimana peneliti terdahulu terdapat pembelajaran dan Sikap dan penelitian yang penulis lakukan tidak menggunakan Pembelajaran dan Sikap
2	Nikita Prisilia Gunadi (2015)	The Influence Of Product Quality and Consumer Perception To Purchase Decision On Canon DSLR	Hasil dari penelitian ini terbukti bahwa kualitas produk dan persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan	Perbedaan terletak pada variabel bebas, peneliti terdahulu menggunakan Kualitas Produk tetapi

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.

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian dan Terbit	Hasil Penelitian	Perbedaan
		Camera In Manado. (Jurnal EMBA. Vol.3 No. 1 maret 2015	pembelian Cannon DSLR Camera Manado.	penelitian yang penulis lakukan tidak menggunakan Kualitas Produk
3	Diva Riza Fahlefi dan Ariyani Indriyastuti (2019)	Pengaruh Kesadaran Merk, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo Pada Angkasa Cell Di Kabupaten Blora (Jurnal STIE Semarang. Vol.11 No.1 2019)	Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh kesadaran merek, Persepsi Kualitas dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian Handphone Vivo Pada Angkasa Cell Di Kabupaten Blora	Perbedaan terletak pada variabel bebas, peneliti terdahulu menggunakan kesadaran merk, persepsi kualitas dan loyalitas merek tetapi penelitian yang penulis lakukan tidak menggunakan kesadaran merk, persepsi kualitas, loyalitas merk
4	Steffi Gunawan (2015)	The Impact of Motivation, Perception and Attitude toward Consumer Purchasing Decision : A Studi Caseof Surabaya and Jakarta Society	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan motivasi, persepsi dan sikap terhadap keputusan pembelian studi Surabaya dan Jakarta dalam	Perbedaan terletak pada variabel bebas dimana peneliti terdahulu terdapat Sikap dan penelitian yang penulis lakukan tidak



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.

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian dan Terbit	Hasil Penelitian	Perbedaan
		on Carl's Junior (Jurnal iBuss Management Vol. 3, No.2, 2015)	pembelian Carl's Junior	menggunakan Sikap
5	EFRI (2017)	Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen dalam keputusan membeli handphone merek Asus (studi kasus di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU). (SKRIPSI)	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa motivasi dan persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli handphone merek Asus	Perbedaan terletak pada produk yang di teliti. Dimana peneliti terdahulu meneliti handphone Asus, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan meneliti handphone Samsung Berbasis Android.
6	Jesica Monica Reppi, Altje Tumbel, Rotinsulu Jopie Jorie (2015)	Analisis pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	Dari hasil penelitian ini persepsi kualitas, motivasi, dan sikap konsumen terdapat pengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap keputusan	Perbedaan terletak pada variabel bebas dimana peneliti terdahulu menggunakan analisis terdapat persepsi

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.

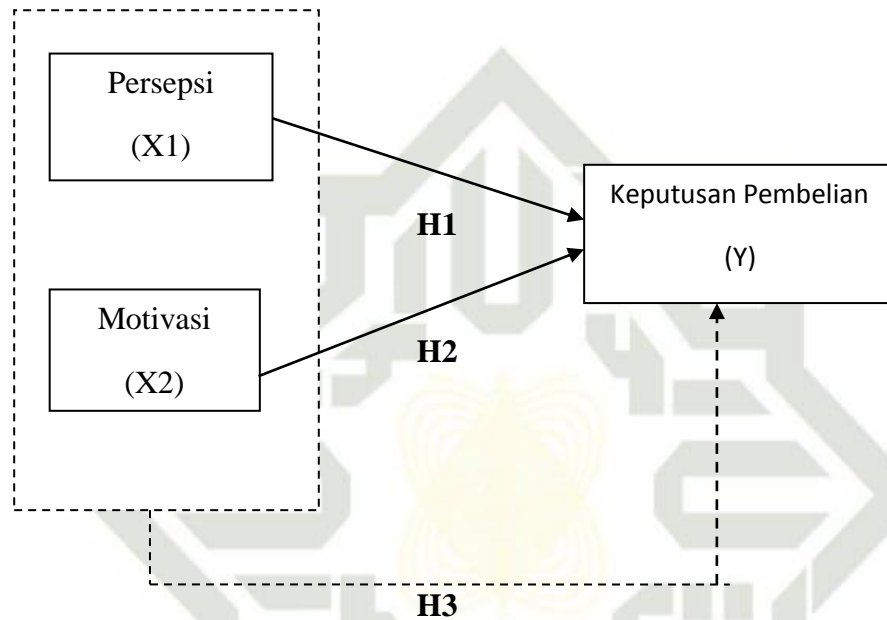
No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian dan Terbit	Hasil Penelitian	Perbedaan
		ponsel IPHONE pada pusat Perbelanjaan ITC Manado (Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. Volume 15 No. 05 2015)	pembelian	kualitas, Sikap dan penelitian yang penulis lakukan tidak menggunakan analisis serta persepsi kualitas dan Sikap
7	Aditya Huriartanto, Djamhur Hamid, Pravissi Shanti (2015)	Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat (Survei pada Konsumen Terminal Tiket Malang) (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 28 no (2015)	Dari hasil penelitian bahwa motivasi dan persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat	Pebedaan penelitian terdapat pada produk yang diteliti. Dimana peneliti terdahulu meneliti Tiket, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan meneliti handphone Samsung berbasis Android

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.

2.10 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan telaah pustaka maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran seperti yang tersaji dalam gambar berikut ini :



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

KETERANGAN GAMBAR

1. Variabel Dependent
(Y) Keputusan Pembelian
2. Variabel Independen
(X1) Persepsi
(X2) Motivasi
3. ——— Garis Parsial
4. - - - Garis Simultan

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.

2.11 Konsep Operasional Variabel

Konsep operasional dapat peneliti sajikan sebagai berikut :

Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah menentukan tindakan atau pengambilan keputusan dari beberapa alternatif dan kemudian dipilih salah satu atau lebih untuk dibeli. (Kotler dan Armstrong, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Mengevaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian 	Likert
Persepsi (X1)	Persepsi adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respons bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak (Effendi 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik tambahan untuk menjadi pembeda 2. Jarang terjadi kerusakan 3. Kualitas 4. Daya tahan 5. kestabilan 	Likert
Motivasi (X2)	Motivasi adalah dorongan yang muncul dari dalam diri atau luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak kearah tujuan yang ingin di capai, terkait dengan konsumen, motivasi bisa diartikan sebagai suatu dorongan yang menggerakkan konsumen untuk memutuskan bertindak kearah pencapaian tujuan yaitu berbagai macam kebutuhan dan keinginan (Sangadji dan Sopiah 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Terjamin 2. Kenyamanan 3. Harga purna jual 4. Harga Produk 5. model yang bervariasi dan tidak ketinggalan jaman 	Likert

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.

2.12 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh oleh pengumpulan data. menurut **Sugiyono (2014)**. Sehingga peneliti untuk dapat mendukung atau menolak atas hipotesis yang di ajukan. Hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Menurut **Efendi (2016)** bahwa persepsi dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian sehingga menghasilkan keputusan pembelian yang di dasarkan pada pilihan produk dengan pendapat dan Pendapat **Schifman dan Kanuk dalam Martha (2015)** Motivasi dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu mereka untuk bertindak dengan begitu, sesuai pendapat dari **Kotler dan Keller (2009)** keputusan pembelian yang dilakukan berdasarkan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, antara lain motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap

Berdasarkan penelitian terdahulu dilakukan oleh **Putri (2017)** terbukti bahwa Persepsi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian Kuota Internet Smartfren pada Karyawan Electrical & Instrumentation Division PT. Indah Kiat Pulp and Paper (PT.IKPP) Perawang dan erdasarkan penelitian terdahulu dilakukan oleh **Efri (2017)** terbukti bahwa Motivasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan membeli Handphone merek Asus (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial 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.

Sedangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh **Aditya Huriartanto, Djamhur Hamid, Pravissi Shanti (2015)** terbukti menyatakan bahwa motivasi dan persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas maka ditarik hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini berdasarkan Persepsi dan Motivasi terhadap keputusan pembelian yaitu :

- H1 :** Diduga bahwa Persepsi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android Pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.
- H2 :** Diduga bahwa Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android Pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau
- H3 :** Diduga bahwa Persepsi dan Motivasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android Pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi 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.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana peneliti melakukan penelitian. Dilakukan dalam penelitian ini berlokasi di Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. Waktu penelitian dimulai dari bulan November 2019 sampai selesai.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang di peroleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung, diperoleh dari perhitungan kuesioner yang di lakukan, yang dapat menjelaskan hasil penelitian yang ada dengan menggunakan persamaan rumus matematis dan menghubungkannya dengan teori yang ada, kemudian ditarik kesimpulanya.

3.2.2 Sumber Data

1. Data Primer yaitu data dan informasi yang diperoleh langsung dari objek penelitian, yang berkaitan dengan masalah penelitian. Berupa hasil dari penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada pengguna Handphone Samsung Berbasis Android pada masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.
2. Data Sekunder yaitu data yang dicatat, diakses atau meminta data dari pihak yang telah mengumpulkan di lapangan atau disebut data yang diperoleh oleh peneliti melalui perantara. Dalam data sekunder ini berupa data market

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.

share smartphone android, sejarah singkat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk dapat mengumpulkan data-data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Kuesioner/Angket

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner-kuesioner ini berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet menurut **Sugiyono (2014)**.

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Pada penelitian ini yang dijadikan populasi adalah masyarakat yang menggunakan handphone samsung berbasis android di Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau yang menggunakan handphone samsung berbasis android pada tahun 2019 yang jumlahnya 294 pengguna. Dimana jumlah masyarakat Desa Padang Luas berjumlah 1.355 Orang.

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.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini yang digunakan yaitu *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan cara penentuan sampel yang digunakan adalah teknik metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu pengguna handphone Samsung berbasis android yang berjumlah 294 dengan Karakteristik yang ditetapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Masyarakat yang menggunakan handphone samsung berbasis android dan tinggal di Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.
2. Responden yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan di atas usia 17 Tahun dan tinggal di Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.

Menurut **Roscoe dalam Sugiyono (2014)** acuan umum ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk penelitian. Jadi dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel **sebanyak 100 sampel**, Teknis dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu peneliti mendatangi ketempat orang yang sedang berkumpul kemudian peneliti bertanya kepada mereka usianya berapa dan menggunakan handphone android merek apa, lalu

bertanya tinggal di daerah mana setelah sesuai dengan karakteristik responden maka peneliti jadikan sebagai sampel.

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Pengukuran Instrumen Penelitian

Penelitian ini melakukan instrumen penelitian dengan menggunakan skala likert. Pengukuran variabel-variabel ini bersumber dari hasil jawaban kuesioner yang telah di jawab oleh responden. Dimana jawaban akan diberi nilai. Menurut **Suliyanto (2011)** skala likert digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek sosial, dengan nilai setiap jawaban sebagai berikut :

- | | |
|------------------------|--------|
| a. Sangat Setuju | skor 5 |
| b. Setuju | skor 4 |
| c. Netral | skor 3 |
| d. Tidak Setuju | skor 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju | skor 1 |

3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis tentang karakteristik dari suatu keadaan objek yang akan diteliti. Analisis ini mengemukakan data-data responden seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, Pendidikan terakhir, status.

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.

3.6 Uji Kualitas Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan untuk mengukur sah atau valid atau tidaknya suatu kuesioner menurut **Ghozali (2013)**. Suatu kuesioner dikatakan valid jika suatu pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, Item dikatakan valid jika nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari 0,3. Bila korelasi setiap faktor positif dan lebih besar dari 0,3 maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat. Suatu item-item kuesioner yang valid akan dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Ghozali (2013) Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu sedangkan Menurut **Maholtra dalam Asnawi dan Masyhuri (2011)** Uji reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan suatu alat pengukur dapat di percaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari sebuah variabel yang merupakan sejauh mana suatu alat pengukur dapat di percaya atau dapat di andalkan. Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* $>0,6$ maka variabel tersebut dikatakan reliabel sebaliknya *cronbach's alpha* $<0,6$ maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.



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.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Pengujian normalitas menggunakan pengujian Kolmogorov-Smirnov dimana merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika nilai $Sig > \alpha (0,05)$ menurut **Suliyanto, (2011)**

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terbentuk adanya korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinier menurut **Suliyanto (2011)**. Untuk mendeteksinya uji multikolinearitas dapat diuji dengan melalui nilai TOL (tolerance) dengan *Variance Inflation Factor* (VIF). Sebagai dasarnya dapat dilihat dengan jika $VIF > 10$ terdapat persoalan multikolinearitas diantara variabel bebas. Jika $VIF < 10$ tidak terdapat persoalan multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi **Suliyanto (2011)**.



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.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

menurut **Suliyanto (2011)** uji heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan homokedastisitas. Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas menggunakan metode Glejser yaitu dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas. Dengan kesimpulan, jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ($\text{sig} > \alpha$) maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

3.7.4 Uji Outokorelasi

Uji Outokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time-series*) atau ruang (*cross section*) menurut **Suliyanto (2011)**. Untuk dalam pengujian menggunakan metode Durbin Watson merupakan uji yang sangat populer untuk menguji ada-tidaknya masalah outokorelasi dari model empiris yang diestimasi.

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.

Tabel 3.1 Kriteria Pengujian Otokorelasi dengan Uji Durbin-Watson

DW	Kesimpulan
<dL	Ada otokorelasi (+)
dL s.d.dU	Tanpa kesimpulan
dU s.d 4 – dU	Tidak ada otokorelasi
4 – dU s.d 4- dL	Tanpa kesimpulan
>4 – dL	Ada otokorelasi (-)

3.8 Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda di lakukan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Variabel Terikat yaitu Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- b_1 b_2 = Koefisien Persamaan Regresi
- X_1 = Variabel Bebas yaitu Persepsi
- X_2 = Variabel Bebas yaitu Motivasi
- e = Tingkat Kesalahan

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.

3.9 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda berdasarkan uji secara Parsial (uji t), uji secara Simultan (uji F), uji koefisien determinasi (R^2) maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS.

3.9.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk menguji apa variabel bebas secara individu mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian ini digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi atau keberartian setiap variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model regresi, dengan ketentuan menggunakan tingkat signifikansi 5% (0,05).

Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ maka

h_o ditolak, h_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial pengaruh Persepsi dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Handphone samsung berbasis android pada masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau

2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ maka :

h_o diterima, h_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial.

Artinya tidak terdapat pengaruh pada Persepsi dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Handphone samsung berbasis android pada

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.

masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut **Suliyanto (2011)** Uji simultan digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terganggunya. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terganggu maka model persamaan regresi masuk kriteria cocok. Jika tidak terdapat pengaruh secara simultan maka masuk dalam kategori tidak cocok.

Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan apabila tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05), H_o ditolak H_a diterima Artinya terdapat pengaruh secara simultan pengaruh persepsi, Motivasi terhadap keputusan pembelian handphone Samsung berbasis android pada masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.
2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan apabila tingkat signifikansi $> \alpha$ (0,05), H_o diterima H_a ditolak Artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan pengaruh persepsi, Motivasi terhadap keputusan pembelian handphone Samsung berbasis android pada masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi 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.

3.10 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut **Suliyanto (2011)** Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tergantungnya. Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tergantungnya. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi diantara 0 dan 1. Jika koefisien determinasi = 1 artinya independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk di prediksi variabel-variabel dependen. jika koefisien determinasi = 0 artinya independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.

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.

BAB IV

GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Desa Padang Luas

Desa Padang Luas adalah pemekaran dari Desa Penarikan, Pada tahun 1982 datang seorang kepala Desa Penarikan membuat gubuk seukuran 4 x 6 meter di simpang trans, kedatangan bapak Kepala Desa tersebut disebabkan adanya tranmigrasi. Setahun kemudian datanglah masyarakat satu persatu dari perkampungan, Kampong Putat, Kampong Bonca Rumbai, Kampong Rangkang dan termasuk dari Desa Penarikan dengan jumlah 13 KK. Nama waktu itu simpang trans tahun 1983. Setelah kemudian dapat kesepakatan dari Tokoh masyarakat dan Ninek Mamak seperti Datuk Sari dalam Persukuan Geringging, Paduko Tuan dalam Persukuan Gasib Batin Baru, Tokoh Masyarakat dan Orang-Orang tua cerdas Pandai seperti **Usman, M.Boyut, A.Somad, Awahab, Jaya, Lilah, Makruf, M.Sarif, Ajo Teling, M.Sidik Dan Anwar.G.** Pada tahun 1984-2000 diangkat A.Somad sebagai kepala Dusun di beri nama Dusun Padang Luas. Tahun 2000-2008 MUNIR.B sebagai Kepala Dusun dan Setiap tahun penduduk bertambah, pada tahun 2008 maka Dapat pemekaran Desa Penarikan dengan jumlah 250 KK dan penduduk sebanyak 920 jiwa. Pada tahun 2008 Kepala Desa Padang Luas di jabat oleh **H.Wansopyan** sebagai PJ. Pada tahun 2008-2009 **H.Wansopyan** sebagai PJ dan **Apriandi** sebagai Sekretaris Desa.

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.

Pada 2009- tahun 2015 **Munir.B** sebagai kepala desa dan **Awaludin** sebagai Sekretaris Desa. Pada tahun 2016 Sampai Sekarang Munir. Sebagai Kepala Desa dan Awaludin sebagai Sekretaris desa.

4.2 Demografi**4.2.1 Batas Wilayah Desa**

Letak Geografis Desa Padang Luas, terletak diantara:

Sebelah Utara	:	Desa Penarikan
Sebelah Selatan	:	Desa Langkan
Sebelah Barat	:	Desa Tambak/Kelurahan Langgam
Sebelah Timur	:	Desa Pkl Gondai

4.2.2 Luas Wilayah Desa

1. Pemukiman	:	49	Ha
2. Pertanian Sawah	:	-	Ha
3. Ladang/Tegalan	:	-	Ha
4. Hutan	:	-	Ha
5. Rawa-Rawa	:	2	Ha
6. Perkantoran	:	2	Ha
7. Sekolah	:	4	Ha
8. Jalan	:	5	Ha
9. Lapangan Bola	:	1	Ha

4.2.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

1. Laki-laki	:	685 Orang
2. Perempuan	:	670 Orang

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.

4.3 Keadaan Sosial**4.3.1 Lembaga Pendidikan**

1. Gedung TK/PAUD	:	1 Gedung/Lokasi di DUsunSukaMulia
2. SD/MI	:	3 Gedung/Lokasi di DusunSukaMulia
3. SLTP/MTS	:	2 Gedung/Lokasi Di DusunBelimbing Indah
4. TPA	:	1 gedung/Lokasi Di DusunBelimbing Indah

4.3.2 Data Tempat Ibadah

1. Masjid	:	1 Buah
2. Mushollah	:	6 buah
3. Gereja	:	- buah
4. Pura	:	- Buah
5. Vihara	:	- Buah

4.4 Kondisi Pemerintahan Desa**4.4.1 Lembaga Pemerintahan**

Jumlah aparat Desa

1. Kepala Desa	:	1 orang
2. Seketaris Desa	:	1 orang
3. Perangkat Desa	:	8 orang
4. BPD	:	5 orang

4.4.2 Lembaga kemasyarakatan

Jumlah Lembaga Kemasyarakatan

1. LPM	:	1
2. PKK	:	1

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.

3. Posyandu	:	1	
4. Pengajian	:	3	Kelompok
5. Arisan	:	8	kelompok
6. Simpan pinjam	:	4	kelompok
7. Kelompok tani	:	17	kelompok
8. Gapoktan	:	1	kelompok
9.karangtaruna	:	1	kelompok
11.Ormas/LSM	:	1	Kelompok
12.Lain-lain	:	-	kelompok

4.4.3 Pembagian Wilayah

Nama Dusun

1. Dusun 1 Belimbing Indah : Jumlah RT 4
2. Dusun 2 Suka Mulia : Jumlah RT 4

4.5 Visi dan Misi**Visi**

Menjadikan Desa Padang Luas Maju dan Berkembang disegi Ekonomi, Pendidikan dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat dan Setara dan Seimbang dengan Desa lain

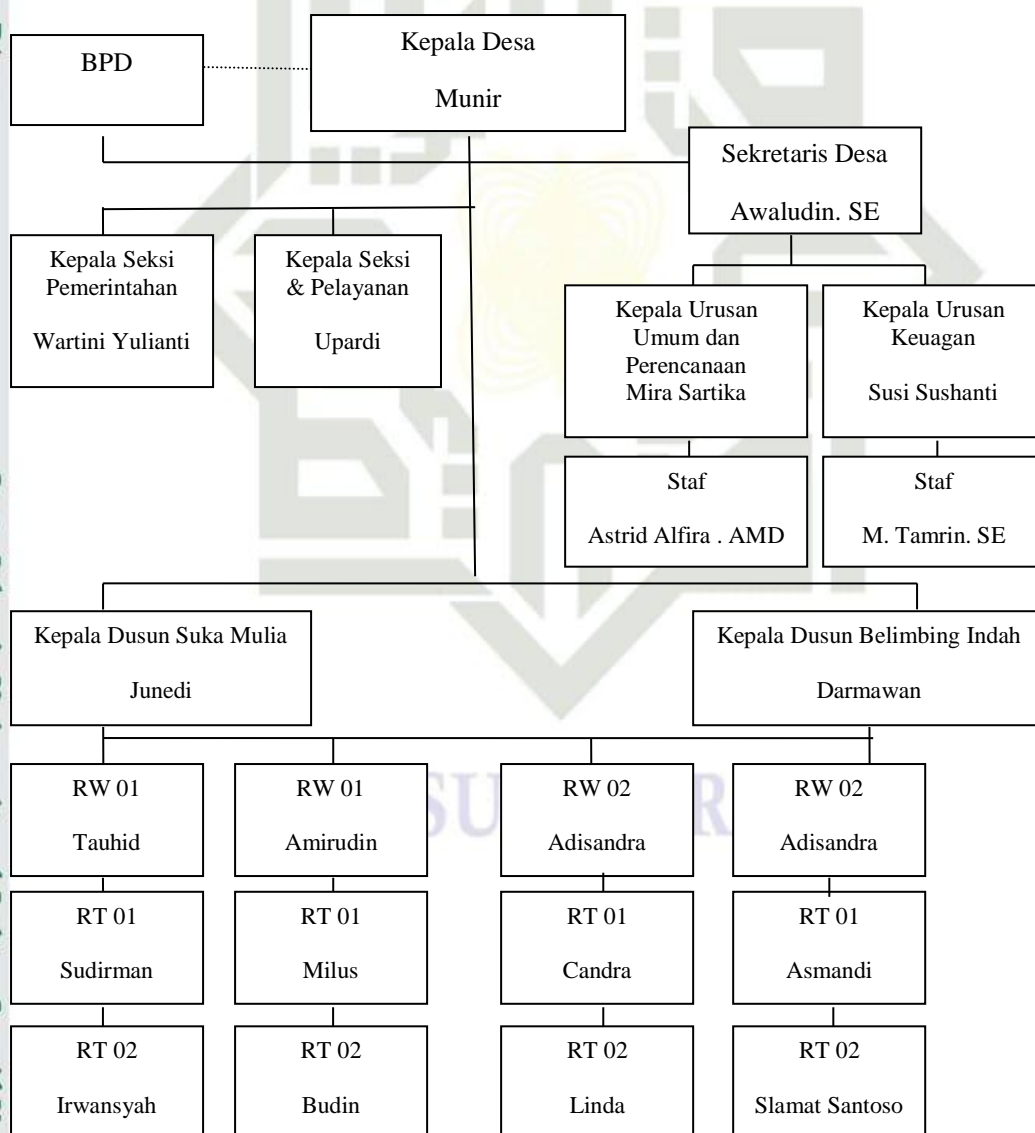
Misi

1. Menggali Potensi Aset-aset Desa yang ada, dipergunakan untuk pembangunan Desa
2. Mempercepat Pembangunan Sarana Desa

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.

3. Melaksanakan Pembinaan Masyarakat di Bidang Perkebunan, Pendidikan dan Keterampilan
4. Mengelola Lahan Tidur dengan menanam tanaman yang produktif
5. Menjadi masyarakat Desa Padang Luas yang Beradat dan Agamis
6. Membangun Tata Ruang Desa

4.6 Struktur Organisasi Desa**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Desa**

Dari Struktur Organisasi Desa di atas mempunyai tugas dan tanggung jawab. Dimana tugas dan tanggung jawab yaitu :

1. Kepala Desa

Fungsi :

- a. Menyelenggarakan Pemerintahan Desa, meliputi tata praja Pemerintahan, penempatan peraturan di Desa, pembinaan masalah pertanahan, pembinaan ketentraman dan ketertiban, administrasi kependudukan, penataan dan pengelolaan wilayah
- b. Melaksanakan pembangunan, meliputi pembangunan sarana prasarana perdesaan, pembangunan di bidang Pendidikan dan kesehatan
- c. Pembinaan kemasyarakatan, meliputi pelaksanaan hak dan kewajiban masyarakat, partisipasi masyarakat, sosial budaya masyarakat, keagamaan dan ketenagakerjaan
- d. Pemberdayaan masyarakat, meliputi melakukan sosialisasi dan motivasi masyarakat di bidang budaya, ekonomi, politik, lingkungan hidup, pemberdayaan keluarga, pemuda, olahraga, dan karang taruna
- e. Menjaga hubungan kemitraan dengan lembaga masyarakat dan lembaga lainnya

2. Sekretaris Desa

Fungsi :

- a. Melaksanakan Urusan Ketatausahaan, meliputi :
 1. Melaksanakan urusan tata naskah
 2. Pengelolaan administrasi surat menyurat dan ekspedisi

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.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin 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.

3. Pengelolaan arsip desa
4. Penyusunan rancangan regulasi Desa meliputi Peraturan Desa, Peraturan Kepala Desa dan Keputusan Kepala Desa
- b. Melaksanakan Urusan Umum, meliputi :
 1. Pengelolaan administrasi Kepala Desa dan Perangkat Desa
 2. Penyediaan prasarana Kepala Desa dan Perangkat Desa
 3. Penyediaan prasarana Kantor Desa
 4. Pengelolaan Perpustakaan Desa
 5. Penyiapan rapat
 6. Pengelolaan aset Desa
 7. Penyiapan kegiatan perjalanan Dinas
 8. Pelayanan umum
- c. Melaksanakan Urusan Keuangan, meliputi :
 1. Pengurusan administrasi keuangan
 2. Pengadministrasian sumber-sumber penerimaan dan pengeluaran
 3. Verifikasi administrasi keuangan
 4. Pegadministrasian penghasilan Kepala Desa dan Perangkat Desa
- d. Melaksanaan Urusan Perencanaan, meliputi :
 1. Penyusunan rencana anggaran pendapatan dan belanja daerah
 2. Inventarisasi data dan penyusunan perencanaan pembangunan
 3. Monitoring dan evaluasi program
 4. Penyusunan laporan Desa

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.

3. Kepala Urusan Umum dan Perencanaan**Fungsi :**

- a. Melaksanakan urusan tata naskah
- b. Pengelolaan administrasi surat menyurat dan ekspedisi
- c. Pengelolaan arsip Desa
- d. Penyusunan rancangan regulasi Desa meliputi peraturan Desa, peraturan Kepala Desa dan keputusan Kepala Desa
- e. Pengelolaan administrasi Kepala Desa dan Perangkat Desa
- f. Penyediaan prasarana kantor Desa
- g. Pengelolaan perpustakaan desa
- h. Penyiapan kegiatan perjalanan dinas
- i. Pelayanan umum
- j. Penyusunan rencana anggaran pendapatan dan belanja desa
- k. Inventarisasi data dan penyusunan perencanaan pembangunan
- l. Monitoring dan evaluasi program
- m. Penyusunan laporan desa

4. Kepala Urusan Keuangan**Fungsi :**

- a. Pengurusan administrasi keuangan
- b. Pengadministrasian sumber-sumber penerimaan dan pengeluaran
- c. Verifikasi administrasi keuangan
- d. Pengadmistrasian penghasilan Kepala Desa dan Perangkat Desa

**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.

5. Kepala Seksi Pemerintahan**Fungsi :**

- a. Melaksanakan manajemen tata praja Pemerintahan
- b. Pembinaan masalah pertanahan
- c. Pembinaan ketentraman dan ketertiban
- d. Pelaksanaan upaya perlindungan masyarakat
- e. Tugas sosialisasi dan motivasi masyarakat dibidang politik
- f. Pembinaan dan pengelolaan administrasi kependudukan
- g. Penataan dan pengelolaan monografi Desa
- h. Pembinaan Rukun Tetangga dan Rukun Warga

6. Kepala Seksi Kesejahteraan dan Pelayanan**Fungsi :**

- a. Melaksanakan pembangunan sarana dan prasarana perdesaan
- b. Tugas sosialisasi dan motivasi masyarakat di bidang ekonomi dan lingkungan hidup
- c. Pelaksanaan pembinaan dan pengembangan kegiatan di bidang pertanian, kehutanan, perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha mikro kecil dan menengah, pertambangan dan energi serta pariwisata
- d. Pemberdayaan masyarakat dan lembaga kemasyarakatan desa yang membidangi pembangunan
- e. Pendataan dan pengelolaan profil desa
- f. Mengembangkan perekonomian masyarakat desa

- g. Melaksanakan penyuluhan dan motivasi terhadap pelaksanaan hak dan kewajiban masyarakat
- h. Meningkatkan upaya partisipasi masyarakat
- i. Pembinaan dan pelestarian nilai sosial budaya masyarakat, keagamaan dan ketenagakerjaan

7. Kepala Dusun

Fungsi :

- a. Pembinaan ketentraman dan ketertiban diwilayah kerjanya
- b. Pelaksanaan upaya perlindungan masyarakat
- c. Pembinaan mobilitas kependudukan
- d. Penataan dan pengelolaan wilayah dusun
- e. Pemberdayaan masyarakat dan lembaga kemasyarakatan diwilayah kerjanya
- f. Pembinaan kemasyarakatan dalam meningkatkan kemampuan dan kesadaran masyarakat dalam menjaga lingkungannya
- g. Pelaksanaan peraturan desa, peraturan Kepala Desa, keputusan Kepala Desa dan peraturan Perundangan Lainnya.

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 Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Persepsi dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Persepsi secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian handphone Samsung berbasis android pada masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau, terbukti dari hasil olahan data t hitung $(4,395) > t$ tabel $(1,984)$ dan $Sig (0,000) < (0,05)$.
2. Motivasi secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian handphone Samsung berbasis android pada masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau, terbukti dari hasil olaha data t hitung $(5,580) > t$ tabel $(1,984)$ dan $Sig (0,000) < (0,05)$.
3. Persepsi dan motivasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dengan F hitung $(58,675) > F$ tabel $(3,09)$ dan $sig 0,000 < 0,05$ dan dengan nilai R^2 Sebesar $0,547$ artinya Pengaruh Persepsi



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.

dan Motivasi Terhadap keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android sebesar 54,7%.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran yaitu :

1. Dari hasil penelitian berdasarkan persepsi dari jawaban responden dari pernyataan indikator diharapkan Perusahaan Samsung dapat lebih meningkatkan karakteristik dan kualitas yang dimiliki, misalnya, perusahaan Samsung dapat meningkatkan daya tahan usia android Samsung lebih bagus atau lebih lama dari sebelumnya dan karakteristik misalnya layar yang berbeda dengan android lainnya
2. Dari hasil penelitian berdasarkan motivasi, Perusahaan Samsung harus mampu mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi handphone Samsung berbasis android, seperti membuat varian-varian produk android Samsung lebih banyak lagi dengan memiliki fitur-fitur yang lebih terbaru dan unggul.
3. Untuk penelitian selanjutnya hendaklah lebih mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian dengan menggunakan analisis data yang berbeda serta menambah jumlah variabel yang lainnya sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an QS. An-Nisa'4: Ayat 29

BUKU :

Assauri, Sofjan 2010. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategy*. Jakarta : Raja Grafindo Persada

Asnawi, Nur dan Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang : UIN-MALIKI PRESS

Effendi, Usman. 2016. *Psikologi Konsumen*. Jakarta : PT. RajaGrafindoPersada

Efri. (2017). *Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen Dalam Keputusan Membeli Handphone Merek ASUS (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau)*

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.

Hendra, Riofita. 2015. *Strategi Pemasaran*. Pekanbaru : CV. Mutiara Pesisir Sumatra

Kotler, Philip dan Ger Amstong. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas jilid 1. Jakarta : Erlangga

Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : ALFABETA, cv

Reynaldi. (2017). *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek YAMAHA (Studi Kasus di Desa Ranah Singkuang, Kecamatan Kampar)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Riofita, Hendra. 2015. *Strategi Pemasaran*. Pekanbaru. CV.Mutiara Pesisir Sumatra

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin 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.

- Saputra, Riki. 2017. Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario 125 pada PT.Capella Dinamik Nusantara Pekanbaru. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2009. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Indeks
- Setiadi, J Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencanan Prenada Media Group
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : ALFABETA, cv
- Sule, Erni, Trisnawati dan Kurniawan Saefullah. 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Prenada Media Group
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET
- Suryani, Tatik.2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Peter, J Paul dan Jerry C Olson. 2018. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat
- Putri, Weni Meisara (2017) Pengaruh Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Smartfren Pada Karyawan Electric& Instrumentation Division PT. Indah Kiat Pulp And Paper (PT.IKPP) Perawang. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

JURNAL :

Fahlefi, Diva Riza dan Ariyani Indriastuti (2019). Pengaruh Kesadaran Merk, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo Pada Angkasa Cell Di Kabupaten Blora. *Jurnal STIE SEMARANG VOL 11 No 1*

(http://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2019&q=Diva+riza+fahlefi&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&u=%23p%3DqXnYhKfHnIEJ di akses pada Oktober 2019)

Gunadi, Nikita Prisilia. (2015). The Influence Of Product Quality and Consumer Perception To Purchase Decision On Canon DSLR Camera In Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 3 No. 1

(<http://media.neliti.com> di akses pada Desember 2019)

Gunawan, Steffi. (2015). The Impact of Motivation, Perception and Attitude toward Consumer Purchasing Decision : A Study Case of Surabaya and Jakarta Society on Carl's Junior. *Jurnal iBuss*. Vol. 3, No.2

(<http://www.neliti.com> diakses pada Desember 2019)

Huriartanto, Aditya, Djamur Hamid dan Pravissi S (2015) Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat (Survei pada Konsumen Terminal Tiket Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 28 No. 1

(administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)

Reppi, Jesica Monica, Altje Tumbel dan Rotinsulu Jopie Jorie (2015) Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian ponsel IPHONE pada Pusat Perbelanjaan ITC Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 15. No. 05

WEBSITE :

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190830140742-37-95971/maf-oppo-xiaomi-samsung-masih-rajai-pasar-ponsel-ri>

<https://info-menarik.net/perbandingan-samsung-dengan-oppo/>

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.

Lampiran I

Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Responden yang terhormat,

Saya Erni Yusnaini Hasibuan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Mohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner saya. Data yang saudara/saudari isikan pada kuesioner ini semata-mata digunakan untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG BERBASIS ANDROID PADA MASYARAKAT DESA PADANG LUAS KECAMATAN LANGGAM KABUPATEN PELALAWAN PROVINSI RIAU”** pada program S1 Manajemen.

Atas kerjasama dan perhatian saudara/saudari berikan, saya ucapkan terimakasih.

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Status :

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 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.

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pertanyaan dengan teliti dan pilihlah jawaban yang menurut anda paling sesuai
2. Berilah tanda ceklis (\checkmark) pada jawaban yang paling sesuai menurut anda .

Keterangan Jawaban

No	Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

III. PERNYATAAN

Variabel (Y) Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya melakukan keputusan pembelian Handphone Samsung Berbasis Android karena sesuai dengan kebutuhan					
2	Saya melakukan pembelian Handphone Samsung Berbasis Android karena sudah melakukan pencarian informasi dari teman, web					
3	Saya melakukan pembelian terhadap Handphone Samsung Berbasis Android setelah mengevaluasi dari berbagai macam Handphone Andorid lainnya					



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.

4	Saya merasa yakin terhadap keputusan pembelian Handphone Samsung Berbasis Android					
5	Saya merasa puas atas Handphone Samsung Berbasis Andorid					

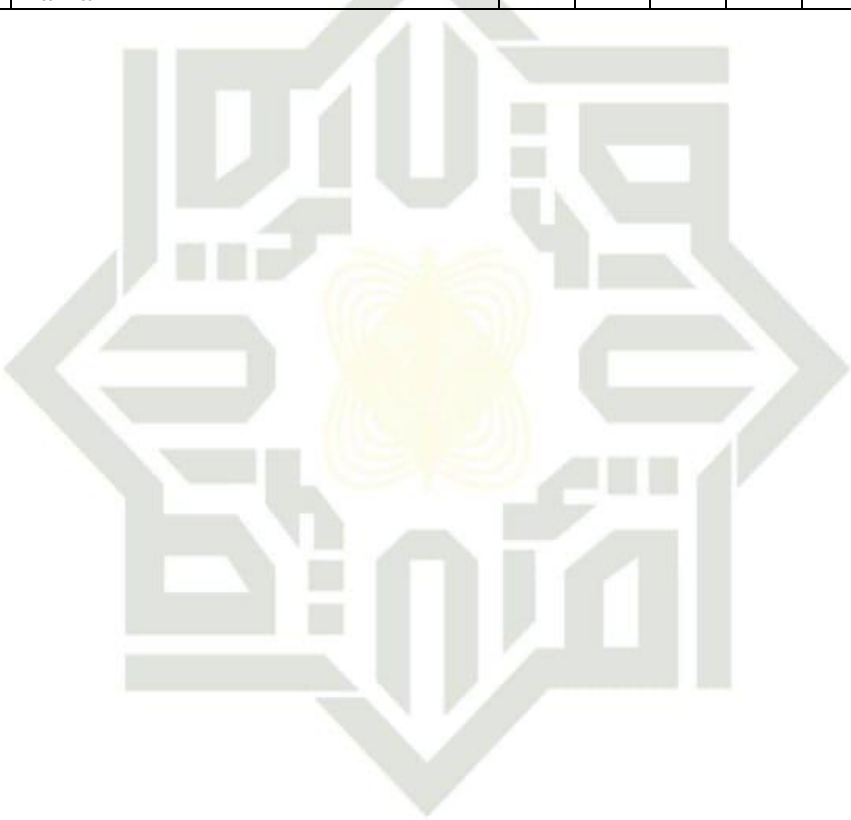
Variabel (X₁) Persepsi

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Handphone Samsung Berbasis Android memiliki karakteristik pembeda dari handphone android lainnya					
2	Handphone Samsung Berbasis Android jarang terjadi kerusakan saat digunakan					
3	Handphone Samsung Berbasis Android memiliki kualitas yang bagus					
4	Saya merasa Handphone Samsung Berbasis Android memiliki daya tahan yang baik					
5	Handphone Samsung Berbasis Android memiliki kestabilan yang baik dalam penggunaannya					

Variabel (X₂) Motivasi

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli Handphone Samsung Berbasis Android karena memiliki kualitas yang terjamin					
2	Saya membeli Handphone Samsung Berbasis Android karena nyaman saat menggunakannya					
3	Handphone Samsung Berbasis Android memiliki harga punajual yang tinggi dari pada android merek lain					

4	Handphone Samsung Berbasis Android memiliki berbagai macam harga sesuai dengan varian spesifikasinya sehingga terjangkau oleh masyarakat					
5	Handphone Samsung Berbasis Android memiliki berbagai variasi atau tipe dan tidak ketinggalan zaman					



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 Ditindungi 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
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN

No	Persepsi						Motivasi						keputusan pembelian						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y	
1	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	5	4	4	4	4	4	21
2	4	4	4	4	3	19	3	5	3	4	4	19	4	3	3	3	4	4	17
3	5	4	2	3	3	17	3	3	2	3	4	15	4	4	3	2	3	3	16
4	5	4	3	2	3	17	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	4	4	19
5	3	4	4	3	4	18	5	5	5	5	5	25	3	4	4	3	4	4	18
6	4	5	5	5	5	24	4	4	5	5	5	23	3	4	3	4	4	4	18
7	5	3	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	4	21
8	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	5	24
9	3	3	4	3	2	15	3	4	3	4	4	18	4	2	4	3	2	2	15
10	3	2	5	3	4	17	2	4	4	3	4	17	3	3	3	4	4	4	17
11	4	5	4	4	5	22	4	5	3	2	3	17	5	4	4	5	5	5	23
12	5	5	5	5	4	24	4	5	4	3	3	19	3	4	4	3	4	4	18
13	5	5	3	2	4	19	4	5	4	4	3	20	4	5	4	4	3	3	20
14	5	3	4	3	5	20	3	5	5	5	5	23	5	5	3	5	5	5	23
15	4	3	5	3	4	19	3	5	3	3	3	17	3	3	3	3	5	5	17
16	3	4	3	4	4	18	3	4	3	4	4	18	3	4	3	4	4	4	18
17	3	3	4	3	2	15	3	3	4	2	3	15	3	3	4	3	2	2	15
18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	4	4	4	5	5	5	22
19	4	5	4	5	5	23	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	5	5	23



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of

20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18	5	4	3	3	3	18
21	5	3	4	4	4	20	3	4	3	4	4	18	5	3	5	5	5	23
22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
23	5	2	4	3	3	17	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18
24	5	5	5	4	4	23	5	4	4	4	5	22	5	5	5	4	4	23
25	5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	5	23	5	5	5	4	4	23
26	3	3	3	4	4	17	3	3	4	4	4	18	4	4	5	5	4	22
27	4	4	3	3	3	17	3	3	3	3	3	15	3	4	3	4	3	17
28	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
29	5	5	4	4	4	22	4	5	5	4	4	22	5	5	4	4	5	23
30	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	5	22	5	5	5	4	4	23
31	4	4	4	4	5	21	4	5	4	5	5	23	5	5	5	4	4	23
32	5	5	4	4	4	22	5	4	5	5	4	23	5	5	4	5	4	23
33	4	4	4	2	5	19	5	4	4	3	3	19	5	4	4	3	3	19
34	5	3	3	2	2	15	3	5	2	2	3	15	3	4	3	2	3	15
35	5	5	4	5	5	24	5	5	4	4	5	23	4	4	5	4	3	20
36	5	5	4	4	5	23	5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	4	23
37	3	5	4	5	5	22	5	3	4	5	5	22	3	5	4	5	4	21
38	5	5	4	4	5	23	5	4	4	5	5	23	5	5	4	4	5	23
39	5	4	3	4	5	21	5	5	4	5	4	23	4	5	5	4	4	22
40	4	3	4	4	3	18	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20
41	5	5	4	5	3	22	5	4	3	5	4	21	5	5	4	5	5	24
42	4	4	5	5	5	23	5	4	4	5	4	22	4	4	5	5	4	22
43	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	5	23	4	4	5	4	5	22

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 h
 - 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



Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of

44	5	2	4	5	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
45	5	4	5	5	4	23	4	5	4	5	5	23	5	4	4	5	5	23
46	4	5	5	4	5	23	5	4	5	4	5	23	4	4	5	5	5	23
47	4	5	4	4	5	22	5	4	5	4	4	22	4	4	5	5	4	22
48	5	5	5	4	4	23	5	4	4	5	5	23	5	5	4	5	5	24
49	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	5	22	5	4	5	5	4	23
50	3	3	3	3	3	15	4	3	2	4	4	17	3	3	3	3	3	15
51	4	4	3	4	4	19	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	4	19
52	5	4	5	5	5	24	5	3	3	5	5	21	5	5	5	5	5	25
53	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
54	3	3	4	3	2	15	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
55	3	3	4	2	3	15	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	23
56	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	5	24
57	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22
58	4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	5	24
59	4	3	4	5	5	21	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	5	24
60	5	5	4	3	4	21	4	4	3	4	4	19	5	5	5	4	5	24
61	5	4	4	5	4	22	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	4	24
62	5	4	4	5	5	23	5	5	4	4	5	23	5	4	5	5	4	23
63	5	4	4	5	4	22	5	4	4	5	4	22	5	4	4	5	4	22
64	5	4	4	5	4	22	5	4	4	5	4	22	5	5	4	4	5	23
65	4	5	4	4	4	21	4	3	4	3	3	17	4	4	4	5	5	22
66	4	4	5	5	4	22	3	3	4	3	4	17	3	3	4	3	4	17
67	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15



68	4	3	5	4	4	20	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	4	24
69	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24
70	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25
71	3	4	3	4	4	18	3	4	5	5	4	21	4	4	4	4	4	20
72	4	3	4	3	3	17	4	3	4	3	3	17	4	3	4	3	3	17
73	4	4	4	5	5	22	4	4	5	5	5	23	5	5	4	4	4	22
74	3	3	4	3	2	15	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
75	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	4	24
76	4	4	5	5	5	23	4	5	5	5	4	23	5	5	4	5	5	24
77	4	5	4	5	4	22	5	5	4	5	4	23	5	5	5	4	5	24
78	5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	5	24	5	4	4	5	4	22
79	3	4	3	4	3	17	5	5	4	5	5	24	5	5	4	5	3	22
80	4	4	5	4	5	22	5	4	5	5	4	23	5	5	4	4	5	23
81	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
82	4	4	5	5	5	23	5	4	5	5	5	24	5	5	4	5	5	24
83	5	4	5	5	4	23	5	4	5	4	5	23	5	5	4	4	5	23
84	4	4	4	4	4	20	4	3	4	5	5	21	5	4	5	5	5	24
85	3	4	4	5	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	4	18
86	4	4	5	5	5	23	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	3	22
87	3	3	4	3	2	15	3	3	4	3	2	15	3	3	4	3	2	15
88	3	3	4	3	4	17	4	5	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24
89	5	4	4	5	2	20	3	3	4	4	4	18	4	5	5	4	5	23
90	4	4	5	4	5	22	5	4	4	5	5	23	4	5	5	4	5	23
91	4	3	4	4	4	19	3	5	5	5	5	23	3	4	4	5	5	21

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of

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 h
 - 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

92	5	5	4	4	5	23	5	4	3	4	5	21	5	5	5	5	4	24
93	4	3	4	4	4	19	4	4	5	5	4	22	5	5	5	4	5	24
94	3	4	4	5	4	20	3	3	4	3	4	17	4	4	4	4	4	20
95	3	4	4	5	3	19	4	3	5	4	3	19	4	4	5	5	4	22
96	5	4	5	4	5	23	5	4	5	5	5	24	5	4	4	5	5	23
97	3	3	4	3	4	17	4	5	5	5	5	24	3	4	4	3	4	18
98	3	2	3	4	3	15	3	4	5	4	4	20	4	3	4	5	4	20
99	3	4	4	3	4	18	3	4	4	3	4	18	3	4	4	3	4	18
100	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	5	24

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of



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 h
 - 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



UIN SUSKA RIAU

Lampiran III

Jawaban Responden

Keputusan Pembelian

y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	20	20.0	20.0	20.0
S	28	28.0	28.0	48.0
SS	52	52.0	52.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.0	1.0	1.0
N	12	12.0	12.0	13.0
S	45	45.0	45.0	58.0
SS	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	12	12.0	12.0	12.0
S	52	52.0	52.0	64.0
SS	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2.0	2.0	2.0
N	17	17.0	17.0	19.0
S	38	38.0	38.0	57.0
SS	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

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 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.

y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3.0	3.0	3.0
N	12	12.0	12.0	15.0
S	46	46.0	46.0	61.0
SS	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Persepsi

x1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	22	22.0	22.0	22.0
S	38	38.0	38.0	60.0
SS	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	4	4.0	4.0	4.0
N	22	22.0	22.0	26.0
S	46	46.0	46.0	72.0
SS	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.0	1.0	1.0
N	13	13.0	13.0	14.0
S	61	61.0	61.0	75.0
SS	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



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.

x1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	5	5.0	5.0	5.0
N	19	19.0	19.0	24.0
S	43	43.0	43.0	67.0
SS	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	7	7.0	7.0	7.0
N	14	14.0	14.0	21.0
S	47	47.0	47.0	68.0
SS	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Motivasi

x2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.0	1.0	1.0
N	23	23.0	23.0	24.0
S	34	34.0	34.0	58.0
SS	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	18	18.0	18.0	18.0
S	53	53.0	53.0	71.0
SS	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



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.

x2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	N	16	16.0	16.0	19.0
	S	48	48.0	48.0	67.0
	SS	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	N	18	18.0	18.0	21.0
	S	35	35.0	35.0	56.0
	SS	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	15	15.0	15.0	16.0
	S	46	46.0	46.0	62.0
	SS	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



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.

Lampiran IV

UJI KUALITAS DATA

Uji Validitas Dan Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian

Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	16.95	4.917	.649	.450	.747
y2	16.99	5.404	.576	.370	.771
y3	17.03	5.807	.502	.276	.791
y4	17.05	4.856	.659	.471	.743
y5	17.06	5.249	.560	.368	.776

Uji Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.804	.803	5

Uji Validitas Dan Realibilitas Variabel Persepsi

Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	16.16	5.328	.393	.185	.695
x1.2	16.36	4.920	.478	.273	.661
x1.3	16.24	5.720	.385	.211	.697
x1.4	16.30	4.636	.533	.319	.637
x1.5	16.30	4.495	.567	.330	.622



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.

Uji Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.713	.709	5

Uji Validitas Dan Realibilitas Variabel Motivasi

Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	16.63	5.347	.541	.317	.759
x2.2	16.69	6.256	.394	.159	.798
x2.3	16.69	5.509	.534	.316	.760
x2.4	16.60	4.687	.732	.593	.689
x2.5	16.59	5.355	.644	.494	.726

Uji Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.789	.786	5



Lampiran V

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil Uji dengan Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.88059217
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.042
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.603
Asymp. Sig. (2-tailed)		.860

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.025	1.609		2.501	.014	
	Persepsi	.379	.086	.367	4.395	.000	.670 1.493
	Motivasi	.458	.082	.466	5.580	.000	.670 1.493

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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 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.

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.255	.986		3.302	.001
persepsi	-.045	.053	-.104	-.856	.394
motivasi	-.042	.050	-.102	-.833	.407

a. Dependent Variable: ABRESID

Uji Outokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.740 ^a	.547	.538	1.900	1.814

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Persepsi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran VI

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.025	1.609		2.501	.014
1 Persepsi	.379	.086	.367	4.395	.000
Motivasi	.458	.082	.466	5.580	.000

a. Dependent Variable: 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.



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.

Lampiran VII

UJI HIPOTESIS

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.025	1.609		2.501	.014
1 Persepsi	.379	.086	.367	4.395	.000
Motivasi	.458	.082	.466	5.580	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	423.584	2	211.792	58.675	.000 ^b
Residual	350.126	97	3.610		
Total	773.710	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Persepsi

Lampiran VIII

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.740 ^a	.547	.538	1.900	1.814

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Persepsi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



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.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H. R. Soebrandt No. 155 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail : fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9/7835/2019
 Sifat : Biasa
 Lampiran : -
 Hal : **Izin Riset**

Pekanbaru, 21 Desember 2019 M
 24 Rabiul Akhir 1441 H

Kepada
 Yth. Kepala Kantor
 Dinas Penanaman Modal dan
 Pelayanan Terpadu Satu Pintu
 Provinsi Riau
 di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

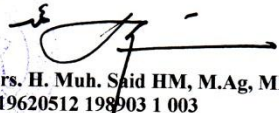
Dengan hormat, disampaikan bahwa salah seorang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Erni Yumnaini Hasibuan
 NIM. : 11671202485
 Jurusan : Manajemen
 Semester : VII (Tujuh)

bermaksud mengadakan **Riset** dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul: **"Pengaruh Persepsi dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau"** Untuk itu kami mohon kiranya Saudara berkenan memberikan bantuan yang diperlukan kepada mahasiswa tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.

Dekan,


Dr. Drs. H. Muh. Saïd HM, M.Ag, MM
NIP. 19620512 198903 1 003

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.

BIOGRAFI PENULIS



Nama lengkap **Erni Yusraini Hasibuan** dilahirkan di Merangkai Riau, 19 Agustus 1998, anak kedua dari lima bersaudara pasangan dari ayahanda Fauji Hadi Wijaya Hasibuan dan Ibunda Nur Asiah Ritonga. Penulis mengawali pendidikan dimulai pada tahun 2004 masuk di SDS 041 Pembangunan Bagan Batu, akan tetapi penulis pindah ke SDN 009 Langkan dan menamatkan pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2010.

Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 02 Langgam dan menamatkan pendidikan pada tahun 2013. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 02 Langgam dan menamatkan pendidikan pada tahun 2016.

Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan Strata Satu (SI) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial tepatnya pada jurusan Manajemen konsentrasi Manajemen Pemasaran. Penulis melakukan penelitian Android Samsung dengan judul penelitian “ Pengaruh Persepsi dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android Pada Masyarakat Desa Padang Luas Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau”. Pada tanggal 09 Desember 2019 penulis mengikuti ujian Seminar Proposal di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan dinyatakan “LULUS” dan pada tanggal 28 April 2020 penulis mengikuti ujian *Oral Comprehensive* di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan dinyatakan “LULUS” dan layak menyanggah gelar Sarjana Ekonomi (SE).