

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya penurunan penjualan *smartphone* BlackBerry dalam kurun waktu 2011-2012. Penurunan penjualan ini menunjukkan adanya penurunan keputusan pembelian pada produk *smartphone* BlackBerry dirumuskan dalam penelitian ini bahwa bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian *smartphone* di tengah persaingan yang semakin ketat yang berdasarkan pada motivasi pembelian, persepsi kualitas, dan sikap terhadap merek.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari psikologis konsumen yaitu motivasi pembelian, persepsi kualitas, dan sikap terhadap merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* BlackBerry. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *smartphone* BlackBerry di kota Semarang. Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel, metode yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Hasil dari analisis regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh hasil yaitu, $Y = 0.222 X_1 + 0.304 X_2 + 0.459 X_3$. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel sikap terhadap merek (0,459), diikuti oleh variabel persepsi kualitas (0,304), kemudian variabel motivasi pembelian (0,222). Hasil uji t membuktikan bahwa semua variabel independen (motivasi pembelian, persepsi kualitas, dan sikap terhadap merek) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Dan koefisien determinasi ($\text{adjusted } R^2$) yaitu diperoleh sebesar 0,506. Hal ini berarti 50,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel motivasi pembelian, persepsi kualitas, dan sikap terhadap merek. Dan sisanya yaitu 49,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: psikologis konsumen, motivasi pembelian, persepsi kualitas, sikap terhadap merek, dan keputusan pembelian.