

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatar belakangi adanya penurunan penjualan dan penurunan pangsa pasar skutik Yamaha. Penurunan penjualan ini menunjukkan adanya penurunan keputusan pembelian konsumen pada produk skutik Yamaha sehingga dapat dirumuskan dalam penelitian ini bahwa bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian sepeda motor di tengah fenomena persaingan yang semakin ketat yang berdasarkan pada motivasi konsumen, kepribadian merek dan persepsi kualitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh motivasi konsumen, kepribadian merek dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian skutik Yamaha.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Instrumen kuesioner digunakan sebagai pengumpul data. Pengujian validitas dan reliabilitas atas indikator-indikator dan konsep variabel tersebut menunjukkan nilai validitas dan reliabilitas yang memenuhi syarat sebagai instrument. Analisis dengan regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel kualitas motivasi konsumen, kepribadian merek dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian dan menghasilkan persamaan regresi.

Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa persamaan regresi yang terbentuk adalah

$$Y = 0,266 X_1 + 0,356 X_2 + 0,297 X_3$$

Dimana keputusan pembelian (Y), variabel motivasi konsumen (X_1), kepribadian merek (X_2), dan variabel persepsi kualitas (X_3). Karena nilai koefisien seluruhnya positif, maka hal ini berarti ketiga variabel tersebut mempunyai hubungan yang positif sejalan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa secara bersama ketiga variabel tersebut mempengaruhi keputusan pembelian. Angka adjusted R square sebesar 0,683 menunjukkan bahwa variabel independen dapat mendelaskan 68,3% persen variasi keputusan pembelian. Sisanya 31,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Motivasi Konsumen, Kepribadian Merek, Persepsi Kualitas.