

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk Suzuki Swift di Semarang tahun 2010-2012 dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada produk Suzuki Swift di Semarang.

Populasi dalam penelitian ini seluruh pembeli Suzuki Swift di Semarang tahun 2010-2012. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling*. Jenis datanya yang digunakan adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda melalui perangkat lunak *SPSS for windows*, didapatkan suatu hasil yang menunjukkan bahwa didapatkan suatu hasil yang menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Variabel motivasi konsumen menunjukkan hasil yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,394 di ikuti dengan variabel sikap konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,237 dan variabel persepsi kualitas dengan koefisien regresi sebesar 0,235. Dari ketiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, ditunjukkan bahwa motivasi konsumen memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian konsumen.

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