

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN PEMBELAJARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIC MEREK
MIZONE DI BANJARNEGARA**

ABY CAHYA KUSUMA

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200901860@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil individu karena stimuli (rangsangan), baik yang berasal dari luar individu maupun hal-hal yang ada pada individu sendiri. Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh resiko yang terpikirkan. Banyak faktor dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu motivasi, persepsi dan pembelajaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh motivasi, persepsi dan pembelajaran terhadap keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian minuman isotonic merek Mizone di Kota Banjarnegara. Sampel yang diambil sebanyak 105 konsumen. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1) Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2). Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 3). Pembelajaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF MOTIVATION, PERCEPTION AND LEARNING ON
PURCHASING DECISIONS MIZONE ISOTONIC DRINK IN
BANJARNEGARA**

ABY CAHYA KUSUMA

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200901860@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Purchasing decisions is an individual decision taken because of stimulation, both originating from outside individuals or things that exist on the individual himself. The consumer's decision to modify, delay or avoid the purchasing decisions is influenced by the thinkable risk. Many factors can influence the purchasing decision, that is motivation, perception and learning. The purpose of this study is to analyze the influence of motivation, perception and learning on the purchasing decisions.

The population in this study is consumers who make purchasesn of mizone isotonic drink in Banjarnegara. Samples taken as many as 105 customers. The methods of data collection are questionnaires and analysis technique used is multiple regression.

Influence the results show that : 1). Motivation has a positive and significant on purchasing decisions. 2). Perception has a positive and significant influence on purchasing decisions. 3). Learning has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keyword : Motivation, Perception, Learning, Purchasing Decisions