

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, PEMBELAJARAN, DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HONDA
DI KAWASAN KABUPATEN KUDUS**

VERNANDO SATRIA WIJAYA

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

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

Email : 211201102114@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian terhadap mobil Honda dikawasan Kabupaten Kudus. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda pada 150 konsumen yang telah melakukan pembelian mobil Honda. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan spss versi 16.

Teknik sampling yang dipakai adalah purposive sampling dan teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dengan korelasi antar skor, uji reliabilitas dengan cronbach alpha. Uji asumsi klasik dan analisis regresi liner berganda, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Honda dikawasan Kabupaten Kudus.

Kata Kunci : Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Sikap Konsumen, dan Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF MOTIVATION, PERCEPTION, LEARNING, AND CONSUMER BEHAVIOR ON PURCHASE DECISION OF THE HONDA CARS IN REGION KUDUS

VERNANDO SATRIA WIJAYA

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

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

Email : 211201102114@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This research aimed to test and analyze the influence of motivation, perception, learning, and consumers behavior on purchase decision of the Honda cars in region Kudus. The collecting data method using questionnaires and analysis techniques using multiple linear regression to 150 consumers who have made a purchase of Honda car. Analysis data in this study using SPSS version 16.

Sampling technique in this research using purposive sampling and testing techniques of data used in this study include the validity of the correlation between test scores, test reliability with Cronbach alpha. Classical assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis. The results showed that the variables of motivation, perception, learning, and consumer behavior positive and significant impact on purchasing decisions of the Honda cars Region Kudus.

Keyword : Motivation , Perception , Learning , Consumer Behavior . Purchase Decision