

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi dan sikap terhadap keputusan pembelian (survey pada konsumen Cafe “Chacha Milk Tea” di jln. Wahid Hasyim Kabupaten Sleman). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri dari Motivasi, Persepsi, Sikap dan variabel terikat Keputusan Pembelian. Pengambilan data dilakukan pada bulan Juli 2015. Data yang dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *aksidental sampling*. Alat analisis dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program komputer SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara serempak (Uji-F) variabel motivasi, persepsi, dan sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (survey pada konsumen Cafe “Chacha Milk Tea” di jln. Wahid Hasyim Kabupaten Sleman). Secara parsial (Uji-t) variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (survey pada konsumen Cafe Chacha Milk Tea di jln. Wahid Hasyim Kabupaten Sleman).

*Kata Kunci: Motivasi, Persepsi, Sikap, Keputusan Pembelian*