ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR *YAMAHA*

NEW V-IXION

(Surveipadakonsumen*New V-ixion* di KabupatenKebumen)

RUSNADI
NPM : 141100237
Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Yogyakarta
(Rusnadibrp@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian dilakukan pada konsumensepeda motor *Yamaha New V-ixion* di Kabupaten Kebumen, pengambilan data dilakukan mulai bulan Februari hingga bulan Mei 2015. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen secara serentak terhadap keputusan pembelian *Yamaha V-ixion* di Kabupaten Kebumen. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen secara parsial terhadap keputusan pembelian *Yamaha V-ixion* di Kabupaten Kebumen.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisionersebagai alat pengumpul data utama. Menggunakan Regresi Linier Berganda untuk menganalisis model dengan bantuan *SPSS for windows 16.0*. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Hipotesispertama, pengaruh variabel motivasi, persepsi dan sikap konsumen secara serentak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian *Yamaha New V-ixion* di Kabupaten Kebumen. Hipotesis kedua menunjukkan bahwa secara parsial variabel motivasi, persepsi dan sikap konsumen mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian *Yamaha New V-ixion* di Kabupaten Kebumen

Kata kunci : Motivasi, Persepsi, Sikap