

ABSTRAK

NIGIL PUTRA. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Matik (Survei pada Mahasiswa UPN "Veteran" Yogyakarta). (Dibimbing oleh Dr. Haddy Suprpto, M.Si dan Dwi Hari Laksana, SE, MM)

Persaingan antar perusahaan motor tidak bisa dipungkiri lagi sangat begitu pesat. Suzuki sebagai produsen dari sepeda motor Suzuki matik adalah salah satu perusahaan motor terbesar di Indonesia dan terus bersaing dengan produsen-produsen motor matik lainnya untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar. Pada tingkat persaingan yang kuat maka peran faktor psikologis sangat penting untuk memberikan kontribusi menciptakan dan menjaga daya saing sebuah produk yang dihubungkan dengan motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki matik. (2) Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki matik. (3) Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki matik. (4) Untuk mengetahui pengaruh pembelajaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki matik. (5) Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki matik.

Penelitian ini dilakukan di UPN "Veteran" Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Hasil analisis data diketahui bahwa, Motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap berpengaruh positif signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki matik dengan nilai F_{hitung} sebesar 16,997. Motivasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki matik dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,545. Persepsi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki matik dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,575. Pembelajaran berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki matik dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,834. Sikap berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki matik dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,918.

Kata kunci: motivasi, persepsi, pembelajaran, sikap, keputusan pembelian