

## SUMMARY

# PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI KONSUMEN DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FANTA (Studi Kasus di Wilayah Tambora, Jakarta Barat)

Created by FAISHAL ABDUL AZIZ

**Subject** : MOTIVASI, PERSEPSI, SIKAP, KONSUMEN

**Subject Alt** : MOTIVATION, PERCEPTION, ATTITUDE, CONSUMER

**Keyword** : motivasi konsumen;persepsi konsumen;sikap konsumen;keputusan pembelian

### Description :

Studi ini untuk mengetahui pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Fanta di wilayah kecamatan Tambora, Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Sampel yang digunakan 125 responden, berdasarkan Purposive Sampling.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen dan Sikap Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Fanta di wilayah kecamatan Tambora, Jakarta Barat. Variabel yang dominan berpengaruh adalah Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian ini merekomendasikan bahwa perusahaan harus tetap menjaga kualitas dan melakukan langkah inovatif dalam konsep dan desain, karena produk yang ditawarkan perusahaan dapat menjadi salah satu pembentukan motif pembelian, persepsi kualitas produk, serta sikap dalam melakukan keputusan pembelian.

**Date Create** : 18/03/2016

**Type** : Text

**Format** : PDF

**Language** : Indonesian

**Identifier** : UEU-Undergraduate-201211132

**Collection** : 201211132

**Call Number** : 11-2016-S081

**Source** : Undergraduate Theses of Management

**Relation Collection** Fakultas Ekonomi

**COverage** : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

**Right** : @Perpustakaan Univesitas Esa Unggul

### Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

### Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid ( [astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id](mailto:astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id) )

Supervisor