

ABSTRAK

SILFANNI YURNISYA. Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Frestea Pada Konsumen Frestea di Wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat. (Pembimbing oleh Lia Amalia).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi konsumen, persepsi konsumen, dan sikap konsumen secara parsial dan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Frestea, variabel manakah antara motivasi konsumen, persepsi konsumen, dan sikap konsumen yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian Frestea pada konsumen Frestea di Wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Motivasi konsumen, persepsi konsumen, dan sikap konsumen menjadi variabel independen sedangkan keputusan pembelian menjadi variabel dependen.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 orang. Responden penelitian ini adalah konsumen Frestea yang ditemui di Wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi konsumen, persepsi konsumen, dan sikap konsumen mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, dan variabel motivasi konsumen, persepsi konsumen, dan sikap konsumen secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel sikap konsumen merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Frestea pada konsumen Frestea yang ditemui di Wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Besarnya kontribusi motivasi konsumen, persepsi konsumen, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sebesar 76,8%, artinya terdapat faktor lain diluar variabel yang diteliti tersebut yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 23,2%.

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