

ABSTRAK

Faishal Abdul Aziz, Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen dan Sikap konsumen terhadap Keputusan Pembelian Fanta di wilayah Tambora, Jakarta Barat (dibimbing oleh Dihin Septyanto).

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 *Puposive 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.

Kata kunci: Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen, Sikap Konsumen dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Faishal Abdul Aziz, Motivation Influence Consumers, Consumer Perception and attitudes of consumers towards buying decision Fantain the area of Tambora, West Jakarta (Supervised by Dihin Septyanto).

The purpose at this research is to determine the effect of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitude toward Consumer Purchase Decision districts Fantain Tambora, West Jakarta. This study uses the multiple regression analysis. The sample used 125 respondents, based on purposive sampling.

Based on results of the research, it can be concluded that the Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Consumer Purchasing Decisions affect the Fantain districts Tambora, West Jakarta. The dominant variable effect is Consumer Attitude toward buying decision.

The study recommends that companies should maintain the quality and conduct innovative step in concept and design, because the products offered by the company can be one motif formation of purchase, product quality perceptions, and attitudes in making purchasing decisions.

Keyword: *Motivation Consumer, Consumers Perceptions, Consumers Attitudes and purchase Decision*