

***EFFECT OF MOTIVATION AND PERCEPTION OF PURCHASE
DECISION MOTORCYCLE YAMAHA***

**by:
Ardian Reza Yudistira**

ABSTRACT

Motivation is the psychological power that shape human behavior is largely unconscious and that one can not fully understand his motivation. Perception is the process by which a person choosing, organizing and interpreting information inputs to create a meaningful picture of the world the same. The purchase decision is the stage when consumers decide whether to buy or not. If it is considered that the decision is to buy, then the buyer will encounter a series of decisions on the type of product, the form of products, brands, sellers, quantity, time of purchase, and how to pay. The purpose of this study was to determine and analyze the extent to which the fit between Motivation and Perceptions of Buying Decision yamaha motorcycle. This study uses primary data collected from respondents (Yamaha Motor bike users). The study of 100 respondents visitors corals motorcycle dealer Lebak Bulus using linear regression analysis method. This technique identifies to know where the relationship between the dependent and independent variables are each independent variable associated positively or negatively and to predict the value of the dependent variable when the independent variable value has increased or decreased.

Keywords: *Motivation, Perception, Purchase decision*

PENGARUH MOTIVASI DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA

Oleh :

Ardian Reza Yudistira

ABSTRAK

Motivasi adalah kekuatan psikologis yang membentuk perilaku manusia sebagian besar tidak disadari dan bahwa seseorang tidak dapat sepenuhnya memahami motivasi dirinya. Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang sama berarti dari dunia ini. Keputusan Pembelian adalah tahap ketika konsumen mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Jika dianggap bahwa keputusan yang diambil adalah membeli, maka pembeli akan menjumpai serangkaian keputusan menyangkut jenis produk, bentuk produk, merk, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara membayar. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis sampai sejauh mana kesesuaian antara Motivasi dan Persepsi terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor yamaha. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari jawaban responden (pengguna sepeda Motor Yamaha). Hasil penelitian terhadap 100 responden pengunjung dealer sepeda motor karang tengah lebakbulus dengan menggunakan metode analisis *Regresi Linier Berganda*. Teknik ini mengidentifikasi mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Kata kunci: Motivasi, Persepsi, Keputusan Pembelian.