

PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA DI KAWASAN BEKASI

Oleh :

ALFIAN DWI PUTRA

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

ABSTRAK

Saat ini persaingan dalam industri kendaraan roda dua di dalam negeri semakin ketat. Salah satu merek kendaraan roda dua yang sudah dikenal adalah Honda, Produk Honda selalu menciptakan penemuan-penemuan baru yang mana disesuaikan dengan perkembangan jaman dan keinginan dari masyarakat agar produknya tetap laku. Namun demikian, market share produk Honda masih tetap tinggi dan teratas dari tahun ke tahun dari semua jenis produk sepeda motor yang lain. Ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk membeli dan memilih produk sepeda motor Honda masih diatas dari produk sepeda motor lainnya. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di Kawasan Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner yang merupakan daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dengan responden dalam penelitian ini sebanyak 100. Data ini di dapatkan langsung dari pengisian kuesioner yang ditujukan kepada responden. Teknik Analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS menunjukkan bahwa, secara bersama-sama motivasi, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di Kawasan Bekasi.

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

THE EFFECT OF MOTIVATION, PERCEPTION, AND ATTITUDES CONSUMER DECISIONS TO PURCHASE HONDA MOTORCYCLE BRAND IN THE BEKASI

By :

ALFIAN DWI PUTRA

Department of Management

Faculty of Economics, University of National Development “Veteran” Jakarta

ABSTRACT

Today competition in the two-wheeler industry in the country getting tighter. One of the two-wheeler brand that is known is Honda, Honda products are always creating new inventions which adapted to the changing times and the desire of the public to keep their products sold. However, the market share of Honda products remains high and the top over the years of all kinds of other motorcycles. It shows that the consumer's decision to purchase and choose the Honda motorcycle products is above than other motorcycle products. The purpose of this study was to determine the influence of motivation, perceptions, and attitudes of consumers toward purchasing decisions of Honda motorcycles in the area of Bekasi. This study uses quantitative data collection techniques questionnaire is a list of questions covering all the statements by the respondents in this study were 100. This data is got directly from questionnaires addressed to the respondent. The analysis technique used is the Multiple Linear Regression. The results of the analysis using SPSS shows that, taken together motivations, perceptions, and attitudes of consumers have a positive and significant impact on the purchase decision of Honda motorcycles in the area of Bekasi.

Keyword : Motivation, Perception, Attitudes and Purchase Decision