

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen kamera DSLR Canon yang berlokasi di Yogyakarta. Subyek dalam penelitian ini adalah konsumen kamera DSLR Canon, khususnya yang berdomisili di Yogyakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang ditentukan dengan metode *Average Size for Studies* dipilih dengan metode *Purposive Sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk persepsi dan sikap konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Motivasi, persepsi dan sikap konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

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