

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KAMERA DSLR MEREK CANON DI YOGYAKARTA**

*ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF MOTIVATION,
PERCEPTION AND CONSUMER ATTITUDE TOWARDS THE
BRAND PURCHASE DECISION CANON DSLR CAMERA IN
YOGYAKARTA*



Oleh
AGUSTIN IKA PRATIWI
20110410081

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN
SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KAMERA DSLR MEREK CANON DI YOGYAKARTA**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF MOTIVATION,
PERCEPTION AND CONSUMER ATTITUDE TOWARDS THE
BRAND PURCHASE DECISION CANON DSLR CAMERA IN
YOGYAKARTA**

Diajukan Oleh

AGUSTIN IKA PRATIWI

20110410081

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing



Dr. Susanto, M. S.
NIK:195212231980031003

Tanggal, 31 Desember 2014

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KAMERA DSLR MEREK CANON DI YOGYAKARTA**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF MOTIVATION,
PERCEPTION AND CONSUMER ATTITUDE TOWARDS THE
BRAND PURCHASE DECISION CANON DSLR CAMERA IN
YOGYAKARTA**

Diajukan Oleh,

**AGUSTIN IKA PRATIWI
20110410081**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Proram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 31 Desember 2014

Yang terdiri dari

Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D.
Anggota Tim Penguji

Dr. Susanto, M. S.
Ketua Tim Penguji

Misbahul Anwar, SE., M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Klara Prawoto, M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya,
Nama : Agustin Ika Pratiwi
Nomor Mahasiswa : 20110410081

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMERA DSLR MEREK CANON DI YOGYAKARTA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 31 Desember 2014

Agustin Ika Pratiwi

Motto

Orang besar bukan orang yang otaknya sempurna

Tetapi orang yang mengambil sebaik-baiknya dari otak yang tidak sempurna.

Apa yang kita keluarkan untuk mendapat ilmu memang dapat diukur

Tapi, manfaat yang kita dapat dari ilmu tidak akan bisa kita ukur

Karena ilmu tidak akan habis jika digunakan layaknya harta

Justru ketika ilmu itu sering kita gunakan akan terus bertambah.

Tuntutlah ilmu,

sesungguhnya menuntut ilmu adalah pendekatan diri kepada Allah

Azza Wajalla

dan mengajarkannya kepada orang yang tidak mengetahuinya adalah sodaqoh.

Sesungguhnya ilmu pengetahuan menempatkan orangnya dalam

kedudukan terhormat dan mulia (tinggi).

Ilmu pengetahuan adalah keindahan bagi ahlinya di dunia dan di

Persembahan

Skripsi ini Kupersembahkan untuk....

Ayah dan Ibuku tercinta **Bapak Prasetyo dan Ibu Tini**

Astuti Yang senantiasa mendidik dan membesarkanku dengan penuh kasih sayang, memberikan doa dan semangat setiap saat. Terima kasih atas segala yang telah diberikan sehingga menjadi motivasi saya untuk selalu berusaha menjadi manusia yang lebih baik dan menyelesaikan skripsi.

Untuk adek-adekku tersayang **Elsa Fatika Pratiwi dan Dwi Sapto Prayoga**

Untuk **Satriya Guntara** yang selalu meluangkan waktunya untuk membantu dan memotivasiku dalam menyelesaikan skripsi, yang selalu mengingatkanku tentang skripsi.

Untuk sahabatku **Vita Annisa Ratnasari, Resty Sumbara, Susan Pratiwi, Ardita Rindani dan Ellen Vanella.**

Untuk teman-teman **MANAJEMEN C** dan teman-teman **1 ANGKATANKU** yang selalu kompak dan setia memberikan

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

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMERA DSLR MEREK CANON DI YOGYAKARTA” dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi manajemen perusahaan Canon Inc. dalam pemasarannya kepada konsumen terutama untuk faktor psikologis konsumen. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Nano Prawoto, M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D. selaku ketua prodi Manajemen yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama

3. Bapak Dr. Susanto, M. S. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Ibu Lela Hindasah, SE., M.Si yang telah memberikan bimbingan dan nasehatnya selama proses penyelesaian skripsi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, penulis berharap skripsi ini dapat membantu semua pihak dan mampu membantu bagi penulis selanjutnya dalam mengembangkan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 31 Desember 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	i
HALAMAN ENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
INTISARI	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori	7
1. Teori Motivasi.....	7
2. Teori Persepsi	11
3. Teori Sikap.....	15
4. Teori Keputusan Pembelian	17

	B. Hasil Penelitian Terdahulu	20
	C. Hipotesis	21
	D. Model Penelitian	24
BAB III	METODE PENELITIAN	25
	A. Obyek dan Subyek Penelitia	25
	B. Jenis Data	25
	C. Teknik Pengambilan Sampel	26
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
	F. Uji Kualitas Instrumen.....	28
	G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	33
	B. Hasil Uji Kualitas Instrumen	38
	C. Hasil Penelitian	41
	D. Pembahasan (Interpretasi)	44
BAB V	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	51
	A. Simpulan.....	51
	B. Keterbatasan Penelitian.....	52
	C. Saran	53
	DAFTAR PUSTAKA	54
	LAMPIRAN 1: Hasil Uji Validitas	56
	LAMPIRAN 2 : Hasil Uji Reliability Motivasi	57

LAMPIRAN 3: Hasil Uji Reliability Persepsi.....	58
LAMPIRAN 4 : Hasil Uji Reliability Sikap.....	59
LAMPIRAN 5 : Hasil Uji Reliability Keputusan Pembelian.....	60
LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Reliability Keseluruhan.....	61
LAMPIRAN 7 : Hasil Hipotesis.....	62
LAMPIRAN 8 : Hasil Uji Deskriptif Variabel.....	62

DAFTAR TABEL

3.1. Skala Likert.....	28
4.1. Karakteristik Responden.....	35
4.2. Hasil Uji Validitas	38
4.3. Hasil Pengujian Reliability.....	39
4.4. Output Model Summary	41
4.5. Hasil Uji F.....	42
4.6. Hasil Uji t.....	42
4.7. Deskriptif Variabel	42

DAFTAR GAMBAR

2.1. Rerangka Teori Kebutuhan Menurut Maslow	9
2.2. Proses Perseptual	13
2.3. Model Penelitian Segmentasi Psikologis.....	24
4.1. Jenis Kelamin.....	36
4.2. Usia	36
4.3. Lama Kepemilikan	27