

INTISARI

Penelitian ini untuk menganalisis Pengaruh Sikap, Persepsi, dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Avanza di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen mobil merek avanza yang berada di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan sampel dengan jumlah 50 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan *Moderator Regression Analysis (MRA)*.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Motivasi, Persepsi, Sikap, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study was to analyze the Influence Motivation, Perceptions and Attitude Consumer Car Buying Decision Against Trademark Avanza in Yogyakarta. Subjects in this study is the consumer brand of Avanza car in Yogyakarta. This study used a sample of 50 respondents by the number selected by the accidental sampling method. The analysis tool used is to use Moderator Regression Analysis (MRA).

Based on the analysis that has been done shows that motivation positive and significant effect on buying decision, perception of positive and significant impact on purchasing decisions, attitudes positive and significant impact on purchasing decisions.

Keywords: Motivation, Perception, Attitudes , Purchase Decision