

ABSTRACT

In this research, the writer choose a topic that related to motivation, perception, consumer attitude and buying decision. The purpose of this research is to find out and to analysis the effect of motivation, perception and consumer's attitude on purchasing decision. The object of this research is Sony Ericsson's users and buyers in Bandung. The result of this research show that motivation, perception and customer's attitude positively influence purchasing decision.

Keywords: motivation, perception, consumer's attitude and purchasing decision

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis mengambil topik yang berhubungan dengan motivasi, persepsi, sikap konsumen, dan keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. Satuan unit/obyek analisis penelitian ini adalah konsumen atau pembeli dan penggunaan handphone merek Sony Ericsson di Kawasan Bandung. Dari hasil penelitian diketahui bahwa motivasi, persepsi, sikap konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone merek Sony Ericsson. Manfaat penelitian ini dapat dipakai untuk meningkatkan volume penjualan melalui perilaku konsumen.

Kata kunci: motivasi, persepsi, sikap konsumen dan keputusan pembelian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	8
2.2 Peran Pembelian.....	12
2.3 Motivasi.....	13
2.4 Persepsi.....	15
2.5 Sikap.....	16
2.6 Model-model Perilaku Pembelian Konsumen.....	19
2.6.1 Tipe-tipe Perilaku Konsumen.....	23
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	26
2.8 Model Penelitian.....	29

2.9 Penelitian Terdahulu.....	30
-------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	31
3.2 Jenis Penelitian.....	31
3.3 Definisi Variabel Operasional.....	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Metode Pengambilan Sampel.....	37
3.6.1 Metode Analisis Data.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Pembahasan.....	46
4.2 Hasil Pengujian Regresi.....	46
4.3 Pengujian Hipotesis.....	49
4.3.1 Pengujian Hipotesis Motivasi.....	49
4.3.2 Pengujian Hipotesis Persepsi.....	50
4.3.3 Pengujian Hipotesis Sikap Konsumen.....	50

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	50
5.2 Implikasi Manajerial.....	52
5.3 Keterbatasan Peneliti.....	53
5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	8
2.2	Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler.....	19
2.3	Model Perilaku Konsumen Menurut Engel, Blackward dan Miniard...	20
2.4	Tipe-tipe Perilaku Konsumen.....	24

DAFTAR TABEL

3.1	Operasional Variabel.....	33
3.2	Bobot Kriteria Jawaban.....	36
3.3	KMO and Bartlett's Test Awal.....	39
3.4	Anti-Image Matrices Awal.....	40
3.5	Rotated Component Matrix Awal(a).....	41
3.6	KMO and Bartlett's Test Akhir.....	42
3.7	Anti-Image Matrices Awal.....	43
3.8	Rotated Component Matrix Akhir(a).....	44
3.9	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	46
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.4	Model Summary.....	48
4.5	ANOVA.....	48
4.6	Coefficients(a).....	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner**
- Lampiran 2 Profil Responden**
- Lampiran 3 Tabel Validitas**
- Lampiran 4 Regresi**
- Lampiran 5 Karya Tulis**