

ABSTRAK

Mochamad Wildan Tri Widiyono, 2014 SKRIPSI. Judul: “Analisis pengaruh Psikologi Konsumen terhadap keputusan pembelian Suzuki Satria FU 150”

Pembimbing :Yayuk Sri Rahayu, SE.,MM

Kata kunci :Psikologi Konsumen (Motivasi, persepsi, pembelajaran, Keyakinan dan sikap), Keputusan Pembelian

Psikologi konsumen mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Psikologi konsumen yang terdiri dari faktor motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, data diperoleh dengan kuisisioner yang diberikan kepada 78 mahasiswa yang memiliki Suzuki Satria FU 150 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Metode analisis data dengan menggunakan Regresi linier berganda yang meliputi Uji Validitas dan reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji f, dan Uji t yang dibantu dengan program SPSS 16.00 for windows.

Secara simultan variabel bebas (*motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi F ($0,000^a$) kurang dari 5%. Sedangkan secara parsial variabel bebas (*motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi t (*motivasi* = 0,000, *persepsi* = 0,000, *pembelajaran* = 0,043, *keyakinan dan sikap* = 0,000) kurang dari 5%. Adapun variabel yang berpengaruh dominan adalah variabel *Keyakinan dan sikap* (X4). Hal ini ditunjukkan oleh nilai r^2 (0,298) atau nilai kontribusi sebesar 29,8%, sehingga menunjukkan bahwa variabel *keyakinan dan sikap* (X4) secara dominan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).