

ABSTRAK

Rizal Setiawan, NIM 3402200333. Pengaruh Persepsi dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Geoffmax Footwear Tasikmalaya). Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Yusup Iskandar, SE., M.M sebagai (Pembimbing I) dan Ibu Risna Kartika, S.E., M.M sebagai (Pembimbing II)

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Persepsi dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Geoffmax Footwear Tasikmalaya).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi 1]. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian Geoff Max Footwear Tasikmalaya?; 2]. Bagaimana pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian Geoff Max Footwear Tasikmalaya?; 3]. Bagaimana pengaruh persepsi dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian Geoff Max Footwear Tasikmalaya?; Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa 1]. Seberapa besar pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian Geoff Max Footwear Tasikmalaya; 2]. Seberapa besar pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian Geoff Max Footwear Tasikmalaya; 3]. Seberapa besar pengaruh persepsi dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian Geoff Max Footwear Tasikmalaya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Survey Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis (uji t), Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis (uji f). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa persepsi dan motivasi konsumen Berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Geoff Max Footwear Tasikmalaya baik secara persial maupun simultan, sehingga hipotesis diterima dan teruji kebenarannya.

Kata kunci : Persepsi, Motivasi , Keputusan Pembelian