

ABSTRAK

Deni Akbar, NIM. 3402210286. "Pengaruh Motivasi Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Caffe I'm You Ciamis)". Dibawah bimbingan Bapak Moch. Aziz Basari, S.Sos., M.M., (Pembimbing I) dan Ibu Marlina Nur Lestari, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh motivasi konsumen dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian (Suatu Studi Pada Caffe I'm You Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1). Bagaimana pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Caffe I'm You Ciamis?; 2). Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Caffe I'm You Ciamis?; 3). Bagaimana pengaruh motivasi konsumen dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Caffe I'm You Ciamis?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1). Pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Caffe I'm You Ciamis; 2). Pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Caffe I'm You Ciamis; 3). Motivasi konsumen dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Caffe I'm You Ciamis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis datanya yaitu analisis koefisien korelasi *rank spearman*, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis (uji t), analisis regresi linear berganda, koefisien korelasi berganda, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji f). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa 1]. Motivasi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Caffe I'm You Ciamis dengan besarnya pengaruh 58,9% sedangkan sisanya sebesar 41,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. 2]. Persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Caffe I'm You Ciamis dengan besarnya pengaruh 54,9% sedangkan sisanya sebesar 45,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. 3]. Motivasi konsumen dan persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Caffe I'm You Ciamis dengan besarnya pengaruh 63,6% sedangkan sisanya sebesar 36,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Diharapkan Caffe I'm You Ciamis mempertahankan dan terus meningkatkan motivasi konsumen dan persepsi konsumen sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen Dan Keputusan Pembelian