

## ABSTRAKSI

**Lia Sandra Ferly, 2012, Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian ( Survey pada Konsumen Motor Honda Matik Kabupaten Pamekasan Madura ). Pembimbing Utama Drs. Wasis A. Latif, M.P. Pembimbing pendamping Dra. Fransisca Yaningwati, M. Si.**

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui macam-macam variabel psikologis yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Honda matik dan mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian motor matik.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatory yaitu suatu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antar variabel penelitian dan pengujian hipotesa. Sehingga penelitian ini juga sering disebut penelitian pengujian hipotesa, yaitu penelitian yang menganalisis hubungan antar variabel-variabel yang dirumuskan.

Data-data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan mengedarkan kuesioner kepada beberapa responden yang terpilih dan data sekunder yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara meliputi: Struktur organisasi, diskripsi jabatan, dan data konsumen yang menggunakan dan melakukan pembelian motor Honda matik. Data-data tersebut dianalisis dengan menggunakan Alat Analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan, variabel bebas yang terdiri dari variabel motivasi ( $X_1$ ), variabel persepsi ( $X_2$ ), Pengetahuan ( $X_3$ ), secara parsial berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian motor matic merek Honda ( $Y$ ) dengan nilai  $F$  hitung sebesar 17,511, signifikansi 0,000. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian motor matic Honda adalah variabel persepsi ( $X_2$ ) dengan nilai beta 0,592 dan  $t$  hitung 3,182 dengan probabilitas sebesar 0,000.

Kesimpulan dari penelitian ini bahwa faktor psikologis terutama persepsi mempengaruhi keputusan pembelian motor Honda matik. Jika persepsi yang diberikan tinggi atau sesuai dengan yang diharapkan konsumen, keputusan pembelian juga tinggi demikian sebaliknya. Saran yang dapat diberikan sebagai kontribusi yaitu peningkatan motivasi, persepsi, dan pengetahuan perlu diupayakan karena terbukti dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen pemilik Honda matik, sebagai contoh, dengan memberikan inovasi-inovasi baru yang lebih menarik untuk bersaing dan juga dengan lebih cermat dan cepat mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen melalui aspek-aspek kualitas, harga, teknologi, produk, dan faktor-faktor lain.

Kata kunci : Motivasi, Persepsi, Ilmu Pengetahuan, Keputusan Pembelian.



## SUMMARY

**Lia Sandra Ferly, 2012, The Influence of Psychological Factors on the Consumer's Decision (A Survey on the Honda Motorbike's Consumers, primarily those of Matic Honda Motorbikes in Pamekasan City). Main Advisor: Drs. Wasis A. Latif, M. P. Advisor: Dra. Fransisca Yaningwati, M.Si.**

This research aims to know the various psychological variables which influence the consumers' decision on matic Honda motorbikes and to know the most influencing factor on the decision making of purchasing motorbikes, especially the matic ones.

The kind of research used is the explanatory research, a kind of research which explains the causal relation among the research variables and hypothesis testing. Thus, this research is also called hypothesis testing research, that is, a research which analyzes the relation among formulated variables.

The data used were primary data gotten by giving the questionnaires to some chosen respondents and secondary data gotten indirectly by the researcher through the intermediary including: organization structure, job/status description, and the data of consumers using and purchasing Honda motorbikes especially matic motorbikes. Those data were then analyzed by using Double Linear Regression Analysis Instrument.

The results of the research showed that, in overall, free variables consisting of motivation variables (X1), perception variables (X2), knowledge (X3), partially had a positive influence on the variable of decision making of purchasing matic Honda motorbikes (Y) with F formula of 17.511, and the significance of 0.000. The most dominant variable on the decision making of purchasing matic Honda motorbikes was the perception variable (X2) with the rate of beta of 0.592 and t formula of 3.182, having the probability of 0.000.



The conclusion of this research is the fact that the psychological factors, especially the perception factor, influenced the decision making of purchasing Honda motorbikes, especially matic ones. If the perception given was high or suitable with what the consumers expected, the purchasing decision was also high and vice versa. It is suggested that the motivation development, perception, and knowledge should be implemented because they were proven to be able to increase the purchasing decision of matic Honda's owners, for instance, by giving more interesting new innovations to compete and by knowing more carefully and faster the consumers' willingness and needs through quality aspects, price, technology, products, and some other factors.

Keyword : Motivation development, Perception, Knowledge, Purchasing Decision.

