

**The Effect Of Consumers' Motivation, Attitude And Quality  
Perception To Purchase Decision Of Honda Beat Motorcycle (A Case Study  
On Students Of Faculty Of Economy Of TanjungPura University Pontianak)**

**Oleh : Rika Meilani**

***ABSTRACT***

*The purpose of the research was to analyze the effect of consumers' motivation, attitude and quality perception to purchase decision of Honda Beat motorcycles in Faculty of Economy of Tanjungpura University. The current study was a descriptive research to describe things related to general purchase decision. The methodology of the research was quantitative. There were 100 respondents participating in this research who decided to buy and ride Honda Beat motorcycle. The data was collected by using questionnaire as a purposive sampling.*

*The tool of collecting data was multiple regressions. In validity and reliability test, all factors were valid and reliable. T test result showed that all independent variables (consumers' motivation, attitude and quality perception) had significant effect on dependent variables that is purchase decision of Honda Beat motorcycle. This meant that according to consumers all three independent variables were important when buying Honda Beat motorcycle.*

*Keywords : Buying Decision, Consumer Motivation, Consumer Attitudes, Perceived Quality.*

**Pengaruh Motivasi Konsumen Dan Sikap Konsumen Serta Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNTAN Pontianak)**

**Oleh : Rika Meilani**

**ABSTRAK**

Tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura.. Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan obyek-obyek yang berhubungan untuk pengambilan keputusan yang bersifat umum. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden yang menggunakan dan memutuskan untuk membeli sepeda motor Honda Beat. Data dikumpulkan dengan teknik kuesioner, yang diambil secara *purposive sampling*.

Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Dalam uji validitas dan reabilitas semua faktor yang digunakan adalah valid dan reliabel. Hasil uji t membuktikan semua variabel independen (motivasi konsumen, sikap konsumen, dan persepsi kualitas) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada sepeda motor Honda Beat. Artinya menurut konsumen ketiga variabel independen tersebut dianggap penting ketika akan membeli sepeda motor Honda Beat.

Kata Kunci : Motivasi Konsumen, Sikap Konsumen, Persepsi Kualitas dan Keputusan Pembelian