

**MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK INDIHOME
(Survey Pelanggan IndiHome di Cijawura Bandung)**

Oleh :

Gesti Febriani

Pembimbing:

Mutia Tri Satya, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk IndiHome (Survey Pelanggan di Cijawura Bandung). Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Data yang digunakan adalah data penjualan IndiHome di bulan Juni, Juli, dan Agustus periode 2017 dengan teknik pengumpulan data secara penyebaran angket (kuesioner) dan menggunakan metode *likert*. Rancangan pengujian hipotesis menggunakan uji deskriptif data, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, regresi linier sederhana, koefisien determinasi, dan uji t dengan taraf signifikansi 0,056.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh indikator penelitian untuk variabel Motivasi Konsumen dan Keputusan Pembelian dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} (0,165) dan semua variabel mempunyai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka dapat dinyatakan bahwa variabel Motivasi Konsumen dan Keputusan Pembelian dalam penelitian ini adalah reliabel.

Akumulasi jawaban responden tentang Motivasi Konsumen diperoleh skor sebesar 2.594 dan berada pada kategori kurang baik, sedangkan akumulasi jawaban responden tentang Keputusan Pembelian diperoleh skor sebesar 1.629 dan berada pada kategori baik. Secara parsial Motivasi Konsumen berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dan memberikan pengaruh sebesar 3,7% sisanya 96,3% dipengaruhi oleh faktor lain seperti persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

Kata Kunci: Motivasi Konsumen, Keputusan Pembelian

**CONSUMER MOTIVATION TO PURCHASE DECISION ON INDIHOME
PRODUCT**
(Survey IndiHome Customer in Cijawura Bandung)

Written By:

Gesti Febriani

Adviser:

Mutia Tri Satya, S.Sos., M.Si

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of consumer motivation on purchasing decisions on products IndiHome (Survey IndiHome Customer in Cijawura Bandung). The method used is descriptive method and verifikatif method. The data used is sales data IndiHome in June, July, August period 2017 with the technique of collecting data in a questionnaire and using the likert method. The design of hypothesis testing using data descriptive test, validity test, reliability test, normality test, simple linear regression, coefficient of determination, and t test with significance level of 0,056.

The results of this study indicate that all indicators of research for variable Consumer Motivation and Purchase Decision declared valid because r count is greater than r table (0,165) and all variable have Cronbach Alpha > 0,60 it can be stated that the variable of Consumer Motivation and Purchasing Decision in this research is reliable.

The accumulation of respondents answer about Consumer Motivation obtained a score of 2.594 and are in the less good category, while the accumulation of respondents answer about the purchase decision obtained a score of 1.629 and is in good category. Partially Consumer Motivation have a positive effect on Purchasing Decision and give influence equal to 3,7% the rest 96,3% influenced by other factors like perception, learning, belief and attitude.

Keywords: Consumer Motivation, Purchase Decision