

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, serta Kepercayaan dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian konsumen PRIMA MOTOR. Dalam penelitian ini, akan dibahas pengaruh semua variabel bebas secara simultan maupun secara parsial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitiannya adalah konklusif kausal. Populasi yang menjadi obyek penelitian ini adalah konsumen PRIMA MOTOR periode Juli sampai dengan Desember 2009, yaitu sebesar 132 orang. Sampel yang diambil sebesar 100 orang dengan teknik *simple random sampling*. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Analisa data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian dari 100 responden menunjukkan bahwa model berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian, koefisien regresi Motivasi sebesar 0.259, koefisien regresi Persepsi sebesar 0.190, koefisien regresi Pembelajaran sebesar 0.220, koefisien regresi Kepercayaan dan Sikap sebesar 0.389, dan faktor psikologi berpengaruh sebesar 94,9% terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: faktor psikologi, motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan, sikap, keputusan pembelian

## ABSTRACT

This research was held to know the influence of motivation, perception, learning, also beliefs and attitude on consumer buying decision at PRIMA MOTOR. In this research will be explained about the influence of all variables simultaneously as well as partially.

This research using quantitative approach and the kind of reseach is conclusive causal. The population was PRIMA MOTOR's consumer on July to December 2009 period, on amount of 132 persons. Samples taken for 100 persons using simple random sampling technique. Gathering data instrument was questioner. Data analysis using multiple linier regression.

Conclusion of this research shows that model positively influencing on consumer buying decision simultaneously, motivation's regression coefficient is 0.259, perception's regression coefficient is 0.190, learning's regression coefficient is 0.220, beliefs and attitude's regression coefficient is 0.389, and psychology factor influence on consumer buying decision amount to 94,9%.

Keyword: psycology factor, motivation, perception, learning, beliefs, attitude, consumer buying decision