ABSTRAK

"Faktor Psiokologis Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki Athlete". (Survei Pada Konsumen Kawasaki Main Dealer Citrakarya Pranata Soekarno-Hatta Bandung-Jawa Barat).
Oleh: Ahmad Saepulloh
Dibawah bimbingan Elvira Azis, SE., MT

Kebutuhan masyarakat pada sepeda motor sangat besar, itu bisa terlihat masih tingginya permintaan sepeda motor pada setiap tahunnya. Setiap masyarakat mempunyai pertimbangan dalam memilih sepeda motor, karena setiap masyarakat mempunyai motivasi dan persepsi berbeda sebelum melakukan keputusan pembelian. Karena itu, setiap perusahaan otomotif harus mengetahui sepeda motor seperti apa yang mereka butuhkan.

Tujuan penelitian ini antara lain yaitu, (1) untuk mengetahui faktor psikologis konsumen Motor Kawasaki Athlete, (2) untuk mengetahui keputusan pembelian Motor Kawasaki Athlete, (3) untuk mengetahui seberapa besar faktor psikologis konsumen pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Motor Kawasaki Athlete.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan sampel sebanyak 79 orang yang merupakan pengguna Sepeda Motor Kawasaki Athlete, serta menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui model matematis, analisis korelasi *product moment (pearson),* untuk menghitung tingkat keeratan hubungan, analisis determinasi untuk mengetahui pengaruhnya. Untuk memudahkan dalam proses pengolahan data, penulis menggunakan *software SPSS for windows* versi 13.0.

Hasil yang diperoleh bahwa faktor psikologis mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap keputusan pembelian yaitu dengan korelasi sebesar 0,744. Sedangkan besarnya pengaruh terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 55,3%, yang diukur dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Hasil perhitungan uji hipotesis diperoleh bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel (9,766>1,991), maka dengan demikian Ho ditolak dan terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor psikologis konsumen terhadap keputusan pembelian dengan arah hubungan positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi psikologis konsumen maka keputusan pembelian akan semakin tinggi pula.

Kata Kunci: ***Keputusan Pembelian, Faktor Psikologis***