

**ABSTRAK**

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Pada Pengunjung Butik Candy Lady di Kota Bandar Lampung)**

Oleh  
**CINDY PRATIWI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian pada pengunjung butik Candy Lady di Kota Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung butik Candy Lady. Data tersebut diperoleh dari kuesioner yang diisi secara *online*, penarikan sampel penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS 25.0. Berdasarkan hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa variabel motivasi, persepsi dan sikap konsumen masing-masing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F (simultan) pada penelitian ini menjelaskan motivasi, persepsi, dan sikap konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 66,8%. Pengaruh paling besar terletak pada variabel sikap konsumen sebesar 57,4%, variabel motivasi konsumen 48% dan variabel persepsi konsumen 31,8%. Hal ini membuktikan bahwa sikap konsumen terhadap butik Candy Lady menampilkan perasaan suka setelah memakai produk tersebut sehingga konsumen kembali melakukan keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen, Sikap Konsumen, Keputusan Pembelian.**

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF CONSUMER MOTIVATION, PERCEPTION, AND  
ATTITUDE ON PURCHASING DECISION**

**(A Study on Candy Lady Boutique Visitors in Bandarlampung City)**

By  
**CINDY PRATIWI**

*This study aims to determine the effect of the influence of consumer motivation, perception, and attitude on purchasing decisions on visitors to the Candy Lady boutique in Bandar Lampung City. The type of research used in this study uses explanatory research with a quantitative approach. The population in this study were visitors to the Candy Lady boutique. The data was obtained from a questionnaire filled out online, the sampling of this study used non-probability sampling with purposive sampling technique with a sample of 100 respondents. Analysis of the research data using multiple linear regression analysis with SPSS 25.0 application tools. Based on the results of the t-test (partial) shows that the variables of motivation, perception and consumer attitudes each have a significant effect on purchasing decisions. The results of the F (simultaneous) test in this study explain the motivation, perceptions, and attitudes of consumers together have a significant effect on purchasing decisions by 66,8%. The biggest influence lies in the consumer attitude variable of 57,4%, consumer motivation variable of 48% and consumer perception variable 31,8%. This proves that consumers attitudes towards Candy Lady store display feelings of love after using the product so that consumers return to making purchasing decisions.*

**Keywords: Consumer Motivation, Consumer Perception, Consumer Attitude, Purchase Decision**