

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara motif rasional dan emosional, serta status sosial terhadap keputusan pembelian nokia 6111 secara simultan dan parsial, serta untuk mengetahui faktor apa dari motif rasional dan emosional, serta status sosial yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian nokia 6111.

Dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Assael. Dimana Assael (1998: 67) mengembangkan suatu tipologi dari proses pengambilan keputusan yang berdasarkan pada dua dimensi, yaitu tingkat pengambilan keputusan dan tingkat keterlibatan dalam pembelian.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, yang diolah melalui program SPSS for windows Release 12 dan pengujian hipotesis dilakukan melalui t test dan F test. Model Regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = - 0.006 + 0.223X_1 + 0.333X_2 + 0.251X_3$$

Berdasarkan analisis yang dilakukan, dari responden yang berjumlah 100 orang, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 37.953 dimana lebih besar dari F_{tabel} 2.699 pada taraf kepercayaan 95%, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa motif rasional dan emosional, serta status sosial secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian nokia 6111. Sedangkan hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel motif rasional, faktor motif emosional dan status sosial masing-masing memiliki t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} 1.985 pada taraf kepercayaan 95%, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor ini secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian responden. Motif emosional merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian responden dengan nilai *standardized coefficients* atau *beta wight* (β_i) sebesar 0.399.

Hasil analisis model regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi R adalah 0.737 yang menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel-variabel motif rasional, motif emosional dan status sosial terhadap keputusan pembelian responden. Sedangkan nilai koefisien determinasi R Square (R^2) adalah 0.543 yang berarti bahwa pengaruh variabel-variabel motif rasional, motif emosional dan status sosial terhadap keputusan pembelian responden adalah sebesar 54.3%, sisanya sebesar 45.7% dipengaruhi variabel lain diluar 3 variabel bebas yang diteliti.