

## ABSTRAK

**Yuyun Nailufah (212325). Pengaruh Status Sosial Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Najwa Motor Kecamatan Mijen Kabupaten Demak. Skripsi, Kudus: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Prodi: Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus, 2016.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Status Sosial Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Najwa Motor Kecamatan Mijen Kabupaten Demak. Status sosial adalah tempat seseorang, secara umum dalam masyarakatnya sehubungan dengan orang-orang lain, dalam arti lingkungan pergaulannya, prestisennya, dan hak serta kewajiban-kewajibannya. Faktor psikologi memiliki empat faktor yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Dalam penelitian ini hanya menggunakan dua faktor yaitu motivasi dan persepsi. Motivasi adalah dorongan kebutuhan yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

Penelitian ini dikategorikan sebagai studi lapangan (*field research*), menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari konsumen Najwa Motor yang dapat dijadikan responden dengan jumlah sebanyak 68 konsumen. Dan menggunakan sumber data sekunder berupa dokumen, jurnal, buku-buku literatur dan media alternatif lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Dengan instrumen penelitian berupa kuesioner dan observasi. Teknik analisis yang digunakan adalah uji regresi linear berganda pada taraf signifikansi 5%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Status Sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,170 > 1,669$ ), Motivasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,411 > 1,669$ ), Persepsi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,296 > 1,669$ ). Status Sosial, Motivasi, dan Persepsi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  ( $43,751 > 2,153$ ).

**Kata Kunci:** *Status Sosial, Motivasi, Persepsi, Keputusan Pembelian.*