

ABSTRAK

PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, LITERASI KEUANGAN, DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEAT

Paskarista Aurora Tesselonika Universitas Sanata Dharma 2024

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh motivasi konsumen, literasi keuangan, dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian sepeda motor BeAT.

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori. Penelitian dilaksanakan di AHASS Utama Motor Kaliurang pada bulan September 2023. Populasi penelitian adalah konsumen AHASS Utama Motor Kaliurang yang membeli sepeda motor BeAT pada bulan Juli - September 2023 sejumlah 150 konsumen. Sampel penelitian berjumlah 109 konsumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dengan menggunakan bantuan *Google Forms*. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu menggunakan regresi linear berganda.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) motivasi konsumen, literasi keuangan, dan kelompok referensi dapat menjadi prediktor keputusan pembelian sepeda motor BeAT; (2) motivasi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor BeAT; (3) literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor BeAT; dan (4) kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor BeAT.

Kata kunci: keputusan pembelian, motivasi konsumen, literasi keuangan, kelompok referensi.

ABSTRACT

**THE EFFECT OF CONSUMER MOTIVATION, FINANCIAL LITERACY, AND
REFERENCE GROUP ON PURCHASING DECISION OF BEAT**

MOTORBIKES

Paskarista Aurora Tessalonika Universitas Sanata Dharma 2024

This research aims to examine and analyze the effect of consumer motivation, financial literacy, and reference groups on purchasing decisions for BeAT motorbikes.

This research an explanatory research. This research was carried out at AHASS Utama Motor Kaliurang in September 2023. The research population were AHASS Utama Motor Kaliurang consumers who purchased BeAT motorbikes from July to September 2023 covering 150 consumers. The sample in this research consisted of 109 consumers. The research sampling technique was purposive sampling. The data collection technique was a questionnaire using Google Forms. The data analysis technique was multiple linear regression.

The results of data analysis showed that: (1) consumer motivation, financial literacy, and reference groups could be predictors of the purchasing decision of BeAT motorbikes; (2) consumer motivation had effect on purchasing decision of BeAT motorbikes; (3) financial literacy had no effect on purchasing decision of purchase a BeAT motorbikes; and (4) the reference group influences the decision to purchase a BeAT motorbikes.

Keywords: *purchasing decision, consumer motivation, financial literacy, reference groups.*