**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA VARIO DI KOTA PADANG**

Andri1, Irda. S.E, M.A1, Dra.Yulihar Mukhtar. M.Si1

1Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta

andri09mnjmn@gmail.com irda1987@yahoo.com yul\_mukhtar@yahoo.com

**ABSTRACT**

*This research is aimed to examine empirically the effect of factor psikologis and fascination advertisement on purchasing decision. The number of sample was used 120 respondents by performing purposive sampling. The technique of data analysis by used multiple linear regresion. To determine the contribution of independent variable on the dependent variable, the coefficien of determination is used with the result of 41,3 %, this shows that the influence of factor psikologis and fascination advertisement on purchasing decision of motorcycle Honda Vario is in the amuont of 41.3 %, and the rest of 58,7 % is influence by the other variable. To test the hypothesis, the test of t count is used, hypothesis in this study is accepted that there is an influence between factor psikologis and fascination advertisement of perchasing decision motorcycle Honda Vario in Padang.*

**Keywords : *factor psikologis, fascination advertisement, purchasing decision***

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA VARIO DI KOTA PADANG**

Andri1, Irda. S.E, M.A1, Dra.Yulihar Mukhtar. M.Si1

1Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta

andri09mnjmn@gmail.com irda1987@yahoo.com yul\_mukhtar@yahoo.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini diarahkan untuk menguji pengaruh faktor psikologis dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian. Jumlah sampel yang digunakan adalah 120 responden dengan teknik pengambilan sampel adalah *purposive sample*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisi regresi linier berganda. berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda ditemukan variabel bebas bermakna positif. untuk menentukan kontribusi dari varibel bebas terhadap variabel terikat, diperoleh hasil koefisien determinasi sebesar 41,3% hal ini menunjukkan pengaruh faktor psikologis dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda vario di kota Padang sebesar 41,3%, sedangkan sisanya 58,7% di pengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk uji hipotesis, dilakukan uji T-tes, hipotesis dalam penelitian ini diterima karena ditemukan bahwa faktor psikologis dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda vario di kota Padang.

**Kata kunci: faktor psikologis, daya tarik iklan, keputusan pembelian**