

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara serentak dan parsial variabel Motivasi Rasional dan Motivasi Emosional terhadap Keputusan pembelian Sepeda motor Vespa di Yogyakarta, serta mengetahui pengaruh variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Vespa di Yogyakarta. Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan sepeda motor Vespa di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*, yaitu dengan memberikan angket kepada masyarakat yang menggunakan sepeda motor Vespa dengan jumlah sampel 96 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji T, uji F, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi berganda, analisis korelasi parsial.

Hasil penelitian menemukan bahwa Terdapat pengaruh signifikan antara motivasi terhadap keputusan pembelian konsumen yang dapat disimpulkan sebagai berikut ; Persamaan regresi linier berganda  $Y = 0,917 + 0,343X_1 + 0,371X_2$ . Berdasarkan persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa variabel motivasi rasional berpengaruh positif sebesar 0,343, dan motivasi emosional berpengaruh positif sebesar 0,371.

Oleh karena itu implikasi yang disarankan dalam penelitian ini menghendaki Vespa untuk Meningkatkan variabel motivasi rasional yang terbukti berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian, strategi yang hendaknya dilakukan yaitu dengan meningkatkan kinerja pada indikator yang dinilai paling rendah oleh konsumen yaitu teknologi hemat bahan bakar. Motor matic cenderung lebih boros dibandingkan sepeda motor empat tak, oleh karena itu produsen sebaiknya membuat sepeda motor dengan teknologi modern yang mampu hemat bahan bakar, karena kelangkaan maupun kenaikan bahan bakar membuat konsumen memilih produk sepeda motor yang irit BBM, sehingga tidak harus sering mengisi bahan bakar dan menghemat biaya.