

ABSTRAK

Perempuan di jaman saat ini yang sudah mengikuti mode, akan berusaha semaksimal mungkin untuk dapat berpenampilan modis atau menarik, cantik, serta tubuh yang ideal. Karena menurut sebagian besar perempuan Indonesia saat ini, dengan memiliki kecantikan dan tubuh ideal maka apapun yang mereka inginkan pasti akan tercapai dan sangat mudah di dapatkan apalagi sebuah pujian. Maka menurut kaum perempuan mereka harus bisa mendapatkan tubuh yang langsing atau ideal, cantik, tinggi, dan berkulit putih. Perempuan tidak akan puas dalam merubah dirinya menjadi langsing, mereka akan melakukan apapun demi mendapatkan keinginannya yang belum terpenuhi apalagi itu di dapat bisa dengan secara instan. Maka fenomena produk yang muncul untuk menjawab kebutuhan perempuan yang ingin menjadi langsing itu adalah WRP Diet Tea.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam minat beli WRP Diet Tea di Surabaya. Sedangkan untuk perhitungannya menggunakan alat bantu komputer program SPSS for windows versi.14.0.

Hipotesis ke satu dinyatakan terbukti, dari hasil variabel bebas motivasi (X_1), persepsi (X_2), pembelajaran (X_3), dan sikap (X_4) berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam minat beli WRP Diet Tea di Surabaya (Y). Koefisien korelasi (R) sebesar 0.905 secara keseluruhan dengan variabel terikat adalah berpengaruh. Dengan demikian hipotesis pertama terbukti. Dengan menggunakan uji F menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, terbukti dengan $F_{hitung} 107.882 > F_{tabel} 2.89$ dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 82 % sedangkan sisanya 18% disebabkan oleh hal - hal lain. Hal - hal lain yang dimaksud disini adalah rekomendasi dari orang lain tentang teh diet lainnya, atau melihat dari iklan di media yang ada, ataupun karena gengsi dari gaya hidupnya yang tinggi.

Hipotesis ke dua dinyatakan terbukti, dari hasil variabel motivasi sebagai yang dominan ternyata terbukti karena setelah diketahui dari uji t variabel motivasi (X_1) dengan nilai $t_{hitung} 6,042 > t_{tabel} 1.9853$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Variabel motivasi terbukti dominan karena adanya daya dorong atau minat perempuan yang ingin mendapatkan tubuh langsing atau ideal, bila tidak adanya daya dorong tersebut maka keinginannya pun tidak akan terpenuhi.