ABSTRAK

Green Art Interior Furniture and Furnishing adalah perusahaan yang bergerak pada bidang furniture untuk interior. Green Art Interior. Selain mampu membantu para kliennya untuk mengaktualisasikan apa yang diinginkan melaui design yang dirancang sendiri oleh owner ,Green Art juga mampu untuk membuat furniture tersebut sesuai dengan designnya dengan kualitas yang terbaik. Dengan semakin berkembangnya perusahaan interior lain, maka Green Art Interior harus semakin jeli dalam menarik minat konsumen dengan cara mengetahui apa yang mempengaruhi keputusan pembelian pada kosnumen.

Pada penelitian ini penulis ingin mengetahui pengaruh persepsi motivasi, persepsi dan pembelajaran terhadap keputusan pembelian produk di Green Art Interior Furniture and Furnishing. Pengambilan obyek dalam penelitian ini yaitu pada Green Art Interior Furniture and Furnishing di JL. Kejawan Putih Tambak Pintu Air No. 18, Surabaya. Sedangkan untuk perhitungannya menggunakan alat bantu komputer program SPSS for windows versi 14.00.

Berdasarkan hasil perhitungan Uji F menunjukkan adanya pengaruh secara bersamaan antara variabel bebas dengan variabel terikat, terbukti dengan diperoleh F_{hitung} (20.167) > F_{tabel}. (2.42). Berarti ada pengaruh serempak antara variabel motivasi (X_1),persepsi(X_2), pembelajaran(X_3) dalam keputusan pembelian (Y).

Secara parsial variabel persepsi (X_2) tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian produk di Green Art Interior Furniture. Hal ini diketahui berdasarkan uji t yang menunjukkan nilai $-t_{hitung}$ (-0.082) variabel persepsi lebih besar dari nilai $-t_{tabel}$ (-2.013). Dengan kata lain tidak ada pengaruh secara signifikan dari variabel persepsi (X_2) dalam keputusan pembelian (Y).

Secara parsial variabel motivasi (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Green Art Interior Furniture. Hal ini diketahui berdasarkan Uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} (2.073) variabel motivasi lebih besar dari nilai t_{tabel} (2.013). Dengan kata lain ada pengaruh secara signifikan dari variabel motivasi (X_1) dalam keputusan pembelian (Y).

Secara Parsial variabel pembelajaran (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Green Art Interior Furniture. Hal ini diketahui berdasarkan Uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} (6.002) variabel pembelajaran lebih besar dari nilai t_{tabel} (2.013). Dengan kata lain ada pengaruh secara signifikan dari pembelajaran (X_3) dalam keputusan pembelian (Y).