

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas, dan *Green Brand* terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Sepeda Motor merek Honda di Kota Semarang”. Dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen diperlukan pemahaman yang baik mengenai motivasi konsumen dan persepsi kualitas serta meningkatkan dan mengenalkan *Green Brand*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi kualitas dan *Green Brand* terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen sepeda motor merek Honda di Kota Semarang. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen sepeda motor Honda di AHASS Kota Semarang. Jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah 100 sampel atau responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *accidental sampling*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel motivasi (X1), dan persepsi kualitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y1) dan kepuasan konsumen (Y2). Sementara untuk variabel *green brand* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y1) dan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y2).

**Kata Kunci : Motivasi, Persepsi Kualitas, *Green Brand*, Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

*This research entitled "The Influence of Motivation, Perceived Quality, and Green Brand on Purchasing Decision and Satisfaction of Honda Motorcycle Consumer in Semarang City". In order to improve purchasing decisions and customer satisfaction requires a good understanding of consumer motivation and Perceived Quality as well as enhance and introduce Green Brand. The purpose of this study was to determine the effect of motivation, perception of quality and Green Brand on purchasing decisions and consumer satisfaction of Honda motorcycle brand in Semarang City. Population of this research is consumer of Honda motorcycle at AHASS Semarang City. The number of samples studied in this study is 100 samples or respondents. The sampling technique is done by accidental sampling technique.*

*The result of this research shows that motivation variable (X1), and Perceived Quality (X2) have positive and significant effect on purchasing decision variable (Y1) and consumer satisfaction (Y2). While for the variable of green brand (X3) have positive and significant effect to purchasing decision variable (Y1) and have positive but not significant effect to consumer satisfaction variable (Y2).*

***Keywords: Motivation, Perceived Quality, Green Brand, Purchase Decision and Consumer Satisfaction***