

**PENGARUH RATIONAL BUYING MOTIVES DAN EMOTIONAL BUYING MOTIVES
TERHADAP PURCHASING DECISION PADA PEMILIK PRODUK LAPTOP**

(STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA PADANG)





**Pengaruh *Rational Buying Motives* Dan *Emotional Buying Motives* Terhadap *Purchasing Decision* Pada Pemilik Produk Laptop
(Studi Pada Mahasiswa Di Kota Padang)**

Skripsi oleh : *Hendi Satria*

Pembimbing : *Dian Rani Yolanda, SE,M.Bus*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh *rational buying motives* dan *emotional buying motives* terhadap *purchasing decision* pada pemilik produk laptop. Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Di Kota Padang yang melakukan keputusan pembelian Produk laptop. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 3.3. Hasil penelitian menunjukkan *Rational Buying Motives* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchasing Decision* dan *Emotional Buying Motives* tidak berpengaruh terhadap *Purchasing Decision*.

Kata Kunci : *Rational Buying Motives, Rational Buying Motives, Purchasing Decision*