

ABSTRAK

Febrian Laila Fitriani (1620210247) dengan judul Pengaruh Motivasi Emosional dan Motivasi Rasional Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Xiaomi* Pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syari'ah (ES) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi emosional dan motivasi rasional terhadap keputusan pembelian *Smartphone Xiaomi* pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *field research*. Objek penelitian ini adalah mahasiswa aktif FEBI IAIN Kudus yang menggunakan atau yang pernah menggunakan *Smartphone Xiaomi*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive random sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Metode analisis data menggunakan metode analisis regresi berganda dengan bantuan program olah data SPSS versi 23 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial terdapat pengaruh positif antara motivasi emosional dan motivasi rasional terhadap keputusan pembelian *Smartphone Xiaomi* pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus. Hal ini dapat terlihat dari hasil hipotesis masing-masing variabel yang ternyata $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,985). Motivasi emosional ($3,727 > 1,985$), motivasi rasional ($3,690 > 1,985$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara simultan, motivasi emosional dan motivasi rasional bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian *Smartphone Xiaomi*. Hal ini dapat terlihat berdasarkan uji F yang diperoleh bahwa F hitung sebesar 34,086 dengan tingkat signifikansi menggunakan 0,05 maka F tabel (3,093). F hitung $>$ F tabel ($34,086 > 3,093$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: Motivasi Emosional, Motivasi Rasional, Keputusan Pembelian