

ABSTRAK

Wahyu Ardi Negara (2022), Pengaruh Persepsi dan Motivasi Terhadap Preferensi Penggunaan Uang Rupiah Logam oleh Masyarakat di Kota Ternate, dengan komisi pembimbing Ida Hidayanti dan Hartaty Hadady. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi dan motivasi terhadap penggunaan uang rupiah logam di kota Ternate. Variabel penelitian yang diuji terdiri dari variabel terikat Preferensi dan variabel bebas Persepsi, Motivasi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan masyarakat usia produktif di kota Ternate. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa persepsi dan motivasi secara parsial berpengaruh terhadap preferensi penggunaan uang rupiah logam. Kemampuan variabel bebas, persepsi dan motivasi dalam menjelaskan variabel terikat, preferensi sebesar 27,6%, sisanya 72,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Kata kunci : persepsi, motivasi, preferensi dan uang rupiah logam vi

ABSTRACT

Wahyu Ardi Negara (2022), The Influence of Perception and Motivation on the Use of Metal Rupiah by the Community in the City of Ternate, with the supervisory commission of Ida Hidayanti and Hartaty Hadady. This research is a quantitative research using multiple linear regression analysis. The purpose of the study was to analyze the effect of perception and motivation on the use of rupiah coins in Ternate City. The research variables tested consisted of the dependent variable Preference and the independent variable Perception, Motivation. The sample in this study was 100 respondents who were people of productive age in the city of Ternate. Based on the results of the study, it is known that perception and motivation partially affect the preference for using rupiah coins. The ability of the independent variable perception and motivation in explaining the dependent variable preference is 27.6%, the remaining 72.4% is explained by other variables not discussed in this study. Key words : perceptions, motivations, preferences and rupiah coins