

ABSTRAK

FADILA PUTRI NUGRAHA. NPM : 15510166. "Pengaruh Citra Merek Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Cbr 150 R Pada PT. Indako Trading Coy Cabang Jl. Makmur Medan" Skripsi. 2019.

Keputusan pembelian merupakan salah satu hal yang penting bagi perusahaan di sini perusahaan harus mempunyai kecakapan dalam merangsang keinginan konsumen sehingga mampu membangkitkan keinginan serta hasrat konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk / jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi berbagai faktor diantaranya Citra Merek dan Daya Tarik Promosi. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Daya Tarik Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda CBR 150 R pada PT. Indako Trading Coy cabang Jl. Makmur Medan. Sampling penelitian ini menggunakan *sampling kuota* dengan pendekatan asosiatif / kuantitatif sebanyak 50 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket (*questioner*). Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa Citra Merek diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,733 > 1,677$), berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_a diterima dan H_0 ditolak untuk variabel Citra Merek, dengan demikian secara parsial bahwa variabel Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini menunjukkan semakin baik citra merek yang dimiliki maka semakin meningkat keputusan pembelian. Pada pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa Daya Tarik Promosi diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,386 < 1,677$). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_a ditolak dan H_0 diterima untuk variabel Daya Tarik Promosi. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel Daya Tarik Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini menunjukkan bahwa semakin tidak adanya daya tarik promosi maka keputusan pembelian juga tidak akan meningkat. Pada hasil uji F dalam penelitian ini diketahui nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 5% (0,05) atau nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,550 > 3,20$). Dengan demikian Citra Merek dan Daya Tarik Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Indako Trading Coy Cabang Jl. Makmur Medan.

Kata Kunci: Citra Merek, Daya Tarik Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

FADILA PUTRI NUGRAHA. NPM: 15510166. "The Effect of Brand Image and Promotion Attractiveness Against Buying Decision Motorcycles Honda CBR 150 R On PT. Indako Trading Coy Branch of Makmur Street Medan" Thesis. 2019.

Purchasing decisions is one thing that is important for companies here companies must have the capacity to stimulate the desire of consumers to be able to evoke the desire and the desire of consumers in deciding to purchase the products / services offered by the company. Buying decision can be influenced by factors such as brand image and promotion attractiveness. The objective of this study was to determine The Effect of Brand Image and Attractiveness Promotion against Buying Decision Motorcycles Honda CBR 150 R in PT. Indako Trading Coy Branch of Makmur Street Medan. Sampling this study using quota sampling with associative approach / quantitatively by 50 respondents. Data collection techniques in this study was a questionnaire (questionnaire). Data analysis technique used the classic assumption test, multiple linear regression, t test, f test and coefficient of determination. The results of testing the first hypothesis indicate that the Brand Image is obtained $t_{count} > t_{table}$ ($3,733 > 1,677$), based on the results obtained H_a is accepted and H_0 is rejected for Brand Image variables, thus partially that the Brand Image variable has a significant effect on Buying Decisions, this shows that the better the brand image that is owned, the more purchasing / Buying decisions will increase. In testing the second hypothesis shows that Promotion Attractiveness obtained $t_{count} < t_{table}$ ($0,386 < 1,677$). Based on the results obtained, H_a is rejected and H_0 is accepted for the Promotion Attractiveness variable. Therefore the Promotion Attractiveness variable does not have a significant effect on Buying Decisions, this indicates that the more there is no promotion appeal, the purchasing / Buying decision will not increase. In the results of the F test in this study it is known that the significance value is 0,000 smaller than the alpha value of 5% (0,05) or the value of $F_{count} > F_{table}$ ($14,550 > 3,20$). Thus, Brand Image and Promotion Attractiveness simultaneously have a significant effect on Buying decisions at PT. Indako Trading Coy Branch of Makmur Street Medan.

Keywords: Brand image, Promotion Attractiveness, Buying Decision, Purchasing Decision.