

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO M3 PADA DEALER
YAMAHA CICADAS BANDUNG**

Yani Gantini

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pasundan
Bandung

E-mail : gantiniyani93@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan Industri Otomotif di bidang alat transportasi menyebabkan semakin ketatnya persaingan di dalam industri otomotif khususnya sepeda motor. Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia. Pada saat ini, berbagai jenis motor ditawarkan oleh para produsen kendaraan roda dua dengan berbagai macam jenis seperti Sport, Matic, dan Bebek yang memiliki kecanggihan dan kelebihan masing masing pada setiap jenis kendaraannya.

Objek dalam penelitian ini adalah Yamaha Cicadas Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “Iklan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio M3 Pada Dealer Yamaha Cicadas Bandung”. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu membagikan kuisioner kepada 82 responden dari populasi 450 Pengunjung Dealer PD.Wijaya Motor Bandung.

Hasil penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda, Uji Validitas, Uji Realibilitas, Analisis Korelasi Berganda, Koefisien determinasi, Koefisien determinasi parsial (R^2), Uji Hipotesis Simultan, dan Uji Hipotesis Parsial. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Iklan dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian. Besar Koefisien Determinasi (R^2) adalah 78,4% yang artinya bahwa nilai sebesar 78,4%, Proses Keputusan Pembelian di pengaruhi variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 21,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kata Kunci: Iklan, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The development of the Automotive Industry in the field of transportation equipment has caused increasingly intense competition in the automotive industry,

especially motorbikes. Motorbikes are one of the most popular means of transportation by Indonesian people. At present, various types of motorbikes are offered by manufacturers of two-wheeled vehicles with various types such as Sport, Matic, and Duck which have the sophistication and advantages of each type of vehicle. The object in this study is Yamaha Cicadas Bandung. This study aims to analyze "Brand Image Advertising on the Purchase Decision Process of Yamaha Mio M3 Motorcycles at Yamaha Cicadas Bandung Dealers". Analysis of the data used in this study is primary data, data collection techniques used are distributing questionnaires to 82 respondents from the population of 450 visitors of Yamaha Cicadas Bandung dealers. The results of the study used multiple linear regression analysis, Validity Test, Reliability Test, Multiple Correlation Analysis, Determination Coefficient, Partial determination coefficient (R^2), Simultaneous Hypothesis Test, and Partial Hypothesis Test. And the results of the study showed that the variables of Advertising and Brand Image had a positive and significant effect on the Purchase Decision Process. The magnitude of the Determination Coefficient (R^2) is 78.4%, which means that the value is 78.4%, the Purchasing Decision Process is influenced by independent variables, while the remaining 21.6% is influenced by other variables.

Keywords: Advertising, Brand Image, Buying Decisions.