

**Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda
Motor Honda Beat (Study pengguna Honda Beat dijombang)**

ABSTRAKSI

**Oleh:
Rikad Dewantoro
1761174**

**Dosen Pembimbing:
Wenda Wahyu C, SE, MM.**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada pengguna Honda Beat dijombang. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanasi (*explanatory research*) dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel yang diambil berjumlah 93 responden. Alat analisis menggunakan *SPSS 22* yang meliputi uji regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa iklan dan citra merek pada pengguna sepeda motor Honda Beat sudah diterapkan dengan baik dan menarik. Hal ini terlihat jelas pada hasil tanggapan responden yang positif untuk setiap indikator dari variabel Iklan dan citra merek, tingkat keputusan pembelian juga tinggi. Dari hasil uji yang dilakukan menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Beat dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Beat Iklan dan citra merek mempengaruhi proses pembentukan keputusan pembelian sebesar 52,7% sedangkan 47,3% lainnya disumbangkan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini

Kata Kunci: Iklan, Citra Merek, Keputusan Pembelian