

ABSTRAK

Yhohan Meliangan, NIM 931 410 075. 2014. " Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha (Mio Soul Gt) PT. Hasjrat Abadi Motor". Skripsi, Program studi S-1 Manajemen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah bimbingan Dr. Arifin Tahir, M.Si selaku pembimbing I dan Djoko L. Radji, S.Pd. M.Si selaku pembimbing II.

Penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yaitu seberapa besar Pengaruh Brand Image Motor Yamaha Terhadap Keputusan Pembelian. Metode Yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode ini digunakan untuk meramalkan pengaruh variabel yang satu dengan variabel yang lain, dalam penelitian ini yaitu variabel X (*Brand Image*), merupakan variabel independen (Bebas) dan variabel Y (Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha (Mio Soul Gt)) merupakan variabel dependen (Terikat). Instrument yang digunakan adalah berupa observasi, penyebaran angket, dan wawancara terhadap responden. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 37 orang/anggota.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X (*Brand Image*) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha (Mio Soul Gt) pada PT. Hasjrat Abadi Motor yakni di peroleh (R-Square) sebesar 0,838 atau 83,8% sedangkan sisanya sebesar 26,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat diprediksi oleh penulis misalnya, harga, Produk, Model dan lain-lain yang tidak terdapat pada model.

Kata Kunci : *Brand Image dan Keputusan Pembelian*