LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA MIO J CW DI KOTA GORONTALO
(Studi Kasus Pada Konsumen PT. Hasjrat Abadi)

SKRIPSI

Oleh

RAMDAN SY. MA'RUF
NIM. 931 412 056

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I	Pembimbing II
Supardi Nani, SE, M.Si	**Herlina Rasjid, SE., MM.**
NIP. 197607172005011 002	**NIP. 197601272009122 001**

Mengetahui
Ketua Jurusan

Hais Dama, SE, M.Si
NIP. 197303062002121 003

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA MIO J CW DI KOTA GORONTALO

(Studi Kasus Pada Konsumen PT. Hasjrat Abadi)

Oleh

RAMDAN SY. MA'RUF
NIM. 931 412 056

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Hari/Tanggal : Rabu, 14 Desember 2016
Waktu : 09.00-11.00

Penguji:

1. **Rafiin Himelu, S.Pd., M.Si.** 1 _____
2. **Ramlan Amir Isa, S.E, M.M** 2 _____
3. **Supardi Nani, SE, M.S I** 3 _____
4. **Herlina Rasjid, SE., MM.** 4 _____

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Hamzah Yunus, M.Pd
NIP. 19600223198603 1 004

ABSTRAK

Ramdan Sy. Ma'ruf, NIM 931 412 506. "Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio J CW di Kota Gorontalo''. Prodi S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo. Selaku Pembimbing I Bapak Supardi Nani, SE,M.SI dan Ibu Herlina Rasjid, SE., MM. Selaku Pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan secarah empiris apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan sebarapah besar pengaruhnya. Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang menggunakan produk motor yamaha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Accidental Sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Adapun jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 70 responden.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X (*Brand Image*) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) Produk Motor Merek Yamaha di Kota Gorontalo. Yakni diperoleh (R-Square) sebesar 0,251 atau 25,1% sedangkan sisanya 74,9% dipengaruhi oleh faktor lainya tidak dapat diprediksi oleh penulis diantaranya, beberapah produk motor yamaha misalkan motor yamaha New Jupiter-MX ACW, Mio SOUL GT, Mio soul GT GP, Xeon RC, X-ride dan New Fixion.Dan selain itu juga ada variabel lain Kualitas produk, model, harga, dan lain-lain yang tidak didesain dalam penelitian ini.

Kata Kunci : ***Brand Image dan Keputusan Pembelian.***

ABSTRACT

Ramdan Sy. Maruf, Student ID. 931 412 506. "The Influence of Brand Image towards Buying Decision of Yamaha Mio J CW Motorcycle at Gorontalo City." Bachelor Study Program of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. Principal supervisor is Supardi Nani, SE, M.Si and Co-supervisor is Herlina Rasjid, SE., MM.

This research aims at testing and proving empirically whether or not Brand Image influences buying decision and the extent of its influence. Research population is consumers of Yamaha motorcycle product. Samples are 70 respondents determined through Accidental Sampling method.

Based on research findings, it can be concluded that there is an influence of X variable (Brand Image) towards Y variable (Buying Decision).It gains R-Square as 0,251 or 25,1% and the rest 74,9% is influenced by other factors which cannot be predicted by the writer such as several products of Yamaha motorcycle; New Jupiter-MX ACW, Mio SOUL GT, Mio soul GT GP, Xeon RC, X-Ride and New Fixion. Besides, it can be also influenced by other variables such as product quality, model, price, etc., which cannot be designed in this research.

Keywords: Brand Image and Buying Decision

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO PERPUSTAKAAN