

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL HONDA BRIO PADA NENGGAMOBILINDO
KOTA GORONTALO**

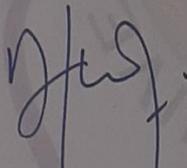
Oleh

FATMAH A. KUENGO

NIM : 931415100

Telah Diperiksa dan Disetujui Untuk Diuji :

Pembimbing 1



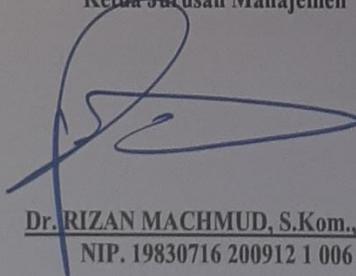
Dr. HAPSAWATI TAAN, S.T., M.M
NIP. 19760201 200501 2 004

Pembimbing 2



DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd, M.Si
NIP. 19790130 200312 1 002

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. RIZAN MACHMUD, S.Kom., M.Si
NIP. 19830716 200912 1 006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HONDA BRIO PADA NENGGAMOBILINDO KOTA GORONTALO

Oleh
Fatmah A. Kuengo
NIM. 931415100

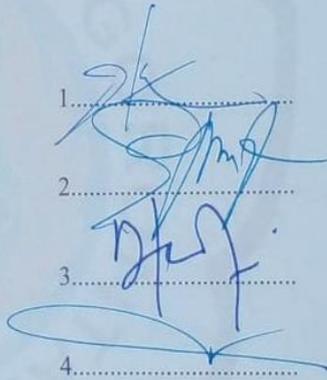
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Rabu, 22 Desember 2021
Waktu : 10:00:00

Penguji

- 1. Dr. HAIS DAMA, SE, M.Si
NIP.197303052002121003
- 2. Dr. IDRIS YANTO NIODE, S.Pd, MM
NIP.197810262005011001
- 3. Dr. HAPSAWATI TAAN, S.T., M.M
NIP.197602012005012004
- 4. DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd, M.Si
NIP.197901302003121002

1.....
2.....
3.....
4.....



Mengetahui:

Dekan FAKULTAS EKONOMI



DR. MUHAMMAD AMIR ARHAM, M.E.
NIP. 197207252006041002

ABSTRAK

Fatmah Kuengo. 931 415 000. 2021. *Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Mobil Honda Brio Pada Nenggamobilindo Kota Gorontalo.* Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Ibu Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M selaku pembimbing 1 dan Bapak Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si selaku pembimbing 2.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada Honda Brio Kota Gorontalo secara parsial maupun simultan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Adapun jumlah sampel sebanyak 68 orang. Analisis data dalam penelitian ini yakni analisis kuantitatif inferensial regresi linear berganda. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) Citra merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Honda Brio Kota Gorontalo dengan nilai koefisien determinasi sebesar 49,80%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa apabila citra merk mobil Honda Brio semakin baik maka akan berdampak pada tingginya tingkat keputusan pembelian konsumen pada Honda Brio Kota Gorontalo. (2) Harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Honda Brio Kota Gorontalo dengan nilai koefisien determinasi sebesar 20,80%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa semakin bersaing harga dari produk mobil Honda Brio maka keputusan pembelian konsumen akan semakin tinggi pula. (3) Citra merk dan harga produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Honda Brio Kota Gorontalo dengan nilai koefisien determinasi sebesar 69,70%. Sedangkan sisanya sebesar 30,30% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti promosi, lokasi, kualitas produk dan pelayanan purna jual produk.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Citra Merk, Harga

ABSTRACT

Fatmah A. Kuengo, 931415000, 2021. *The Influence of Brand Image and Price on Purchase Decision of Honda Brio Car at Nengga Mobilindo, Gorontalo City.* Undergraduate Thesis, Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M, and the co-supervisor is Djoko Lesmana Radji, S.Pd., M.Si.

The research aims to find out the influence of brand image and price on the purchase decision of Honda Brio in Gorontalo City both partially and simultaneously. The data collection is carried out by using a questionnaire with the number of samples is 68 people. At the same time, data analysis in this research employs quantitative inferential analysis with multiple linear regression. Findings reveal that (1) Brand image positively and significantly influences the purchase decision of Honda Brio in Gorontalo City with the value of the coefficient of determination is 49.80%. This positive coefficient denotes that the better brand image of Honda Brio, the higher the consumer purchase decisions for Honda Brio in Gorontalo City will be. (2) Product selling price positively and significantly influences the purchase decision of Honda Brio in Gorontalo City with the value of the coefficient of determination is 20.80%. This positive coefficient indicates that the more competitive the price of the Honda Brio car, the higher consumer purchase decisions will be. (3) Simultaneously, brand image and product selling price positively and significantly influence the purchase decision of Honda Brio in Gorontalo City with the value of the coefficient of determination is 69.70%. In other words, the rest for 30.30% can be explained by other variables that are not examined in this research, such as promotion, location, product quality, and after sales service.

Keywords: Purchase Decision, Brand Image, Prices