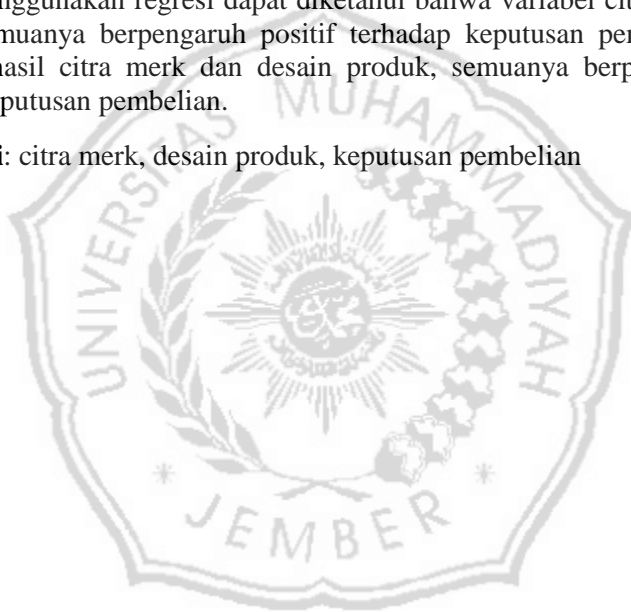


ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pembeli Honda Beat Series di Jaya Abadi Motor Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 93 responden dengan teknik purposive sampling, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel citra merk dan desain produk, semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil citra merk dan desain produk, semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merk, desain produk, keputusan pembelian



ABSTRACT

This research was conducted on the buyers of Honda Beat Series in Jaya Abadi Motor Jember. This study aims to determine the effect of brand image and product design on purchasing decisions. In this study data was collected by means of observations, interviews and questionnaires on 93 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine the perceptions of respondents to each variable. The analysis used includes test data instruments (validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (F test, t test, coefficient of determination). From the results of the analysis using regression, it can be seen that the brand image variable and product design, all have a positive effect on purchasing decisions. From the t test, the results of brand image and product design are obtained, all of which have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, product design, purchase decision

