

ABSTRACT

To determine the effect of advertising and brand image on purchasing decisions is a goal to be achieved. The sample used in this study were 100 people in the village of Keboan Anom who had a Honda Scoopy motorbike with the incidental sampling technique. The data collection method used a questionnaire. Data analysis used multiple linear regression analysis, t-test and F-test. The results of the test using the t-test showed that there was a partial effect of advertising and brand image on purchasing decisions for a Honda Scoopy motorcycle in the village of Keboan Anom, Gedangan District. While the test results using the F-test obtained results which state that there is a simultaneous influence of advertising and brand image on purchasing decisions for a Honda Scoopy motorbike in the village of Keboan Anom, Gedangan District.

Keywords :Advertising, Brand Image and purchase decisions

ABSTRAK

Untuk mengetahui pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian merupakan tujuan yang ingin dicapai. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu warga desa Keboan anom yang mempunyai motor honda scoopy yang berjumlah 100 orang dengan teknik *incidental sampling*. Metode pengambilan datanya menggunakan kuisioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji-t dan uji-F. Hasil pengujian menggunakan uji-t diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh secara parsial iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian motor honda scoopy di desa keboan anom kecamatan gedangan. Sedangkan Hasil pengujian menggunakan uji-F diperoleh hasil yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian motor honda scoopy di desa keboan anom kecamatan gedangan.

Kata Kunci : Iklan, Citra Merek dan keputusan pembelian