

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Suzuki Ignis di UMC Suzuki A.Yani Surabaya. Dilatarbelakangi adanya mengingat persaingan dalam dunia industri khususnya bidang otomotif yang semakin luas dan bervariasi yang mendorong masyarakat ingin memilikinya. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 70 responden yang memiliki mobil Suzuki Ignis yang ada di UMC Suzuki A.Yani Surabaya. Penelitian ini disusun berdasarkan sumber data primer dan sekunder dengan dibantu menggunakan aplikasi SPSS 24.0. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan promosi secara parsial dan simultan mempengaruhi keputusan pembelian mobil Suzuki Ignis di UMC Suzuki A.Yani Surabaya dengan nilai signifikan masing-masing $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : Citra Merek, Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study describes the influence of brand image and promotion on the purchasing decision of Suzuki Ignis cars at Dealer UMC Suzuki A.Yani Surabaya. The background is given the competition in the world of industry, especially the automotive sector which is increasingly widespread and varied which encourages people to have if. This research used a sample of 70 respondents who owned Suzuki Ignis cars at Dealer UMC Suzuki A.Yani Surabaya. This research was compiled based on primary and secondary data sources with the help of using the SPSS 24.0 application. Data analysis technique used are multiple linier regression analysis, t test, and F test. The result of this research indicate that brand image and promotion parsially and simultaneously influence the purchase decision of Suzuki Ignis cars at Dealer UMC Suzuki A.Yani Surabaya with a significant value of $0,000 < 0,05$.

Keyword: Brand Image, Promotion, Purchasing Decision.