

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image serta variabel mana yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian motor scuter matic Yamaha di Surabaya. Variabel yang dimaksud adalah *corporate image*, *user image* dan *product image*. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Suracojaya Abadi Motor Surabaya. Model penelitian yang digunakan yakni dengan metode observasi, wawancara, kusioner dan studi kepustakaan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian.

Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi. Kemudian menggunakan uji F untuk mengetahui variabel brand image (*corporate image*, *user image* dan *product image*) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor scuter matic Yamaha dan uji t untuk mengetahui variabel brand image (*corporate image*, *user image* dan *product image*) yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor scuter matic Yamaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel brand image (*corporate image*, *user image* dan *product image*) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor scuter matic Yamaha. Dari variabel brand image (*corporate image*, *user image* dan *product image*), ternyata variabel *product image* yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor scuter matic Yamaha. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dapat diterima.

Kata Kunci : Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Keputusan Pembelian Scuter Matic Yamaha

ABSTRACT

This study aims to determine whether the variables are simultaneously powerful brand image and variables which have a more dominant influence on purchase decisions scuter matic Yamaha motorcycle in Surabaya. The variable in question is *corporate image* , *user image* and *product image*.

The research was conducted at PT. Suracojaya Abadi Motor Surabaya. The model of research used the method of observation , interviews, questionnaires and literature study carried out systematically on the basis of objective research.

The analytical method used is a regression method. Then use the F test to determine the brand image variable (*corporate image*, *user image* and *product image*) is more dominant on purchase decisions scuter matic Yamaha motor and test to determine the brand image variable (*corporate image*, *user image* and *product image*) is more dominant influence on purchase decisions scuter matic Yamaha motor.