

ABSTRAK

Pratiwi, Candra Yuli. 2020. Skripsi. **Pengaruh Advertising Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor NMAX Pada Konsumen Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilaksanakan di Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Soekarno Hatta Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara *Advertising* dan *Brand Image* baik secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian Motor NMAX Pada Konsumen Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Soekarno Hatta Probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan variabel Y adalah Keputusan Pembelian, variabel X_1 adalah *Advertising*, dan variabel X_2 adalah *Brand Image*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 60 orang. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner dan observasi. Analisis yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil uji hipotesis secara simultan diperoleh uji F nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,000. Dengan nilai F hitung (122,216) > F table (3,16) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, Hasil uji t diperoleh nilai signifikan untuk variabel *Advertising* $0,000 <$ tingkat signifikansi 0,025 dan diperoleh nilai signifikan untuk variabel *Brand Image* sebesar $0,000 <$ tingkat signifikansi 0,025, Hasil *Standardized Coefficients Beta* yaitu nilai beta variabel *Brand Image* (X_2) sebesar 0,528 lebih besar jika dibandingkan dengan nilai beta variabel *Advertising* (X_1) sebesar 0,416. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Brand Image* (X_2) berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian Motor NMAX Pada Konsumen Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Soekarno Hatta Probolinggo.

Kata kunci : *Advertising*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Pratiwi, Candra Yuli. 2020. *Thesis. The Influence of Advertising and Brand Image on the Purchase Decision of NMAX Motors on Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Consumer Dealers Probolinggo. Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.*

This research was conducted at Soekarno Hatta Probolinggo's Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Dealer with the aim to determine the effect between Advertising and Brand Image simultaneously and partially on the purchase decision of the NMAX Motorbike on Soekarno Hatta Probolinggo's Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Consumer Dealers.

This type of research is quantitative, with variable Y is Purchase Decision, variable X_1 is Advertising, and variable X_2 is Brand Image. The number of samples in this study were 60 people. Data collection used was interviews, questionnaires and observations. The analysis used is the validity and reliability test, the classic assumption test, multiple linear regression test, the coefficient of determination test and the hypothesis test.

Hypothesis test results are simultaneously obtained by the F test, the significant value obtained by 0,000. With a calculated F value (122,216) > F table (3.16) thus H_0 is rejected and H_a is accepted, the t test results obtained a significant value for the Advertising variable 0,000 <significance level 0.025 and obtained a significant value for the Brand Image variable of 0,000 <significance level 0.025, the results of Standardized Coefficients Beta, namely the beta value of the Brand Image variable (X_2) of 0.528 is greater than the beta value of the Advertising variable (X_1) of 0.416. Then it can be concluded that the Brand Image (X_2) variable has a dominant influence on NMAX Motorcycle Purchasing Decisions on Soekarno Hatta Probolinggo Yamaha Surya Consumer Consumers.

Keywords: *Advertising, Brand Image, Purchase Decision.*