

## ABSTRAK

Sulasmini, Rika. 2018. **Pengaruh Promosi, Harga dan Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT. Surya Inti Putra Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Surya Inti Putra Kota Probolinggo dengan tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah a) untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara promosi, harga dan *brand image* secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada PT. Surya Inti Putra Kota Probolinggo. b) untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara promosi, harga dan *brand image* secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada PT. Surya Inti Putra Kota Probolinggo. c) untuk mengetahui variabel diantara promosi, harga dan *brand image* yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada PT. Surya Inti Putra Kota Probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian Kuantitatif, dengan variabel yang digunakan meliputi promosi, harga, *brand image* dan keputusan pembelian. Metode analisis data hasil penelitian ini yaitu metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan statistik berupa analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antar promosi, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada PT. Surya Inti Putra Kota Probolinggo. Hasil pengujian hipotesis secara simultan diperoleh nilai  $F_{hitung} (11,388) > F_{tabel} (2,723)$  dan  $sig. = 0,000^a < 0,05$ , berarti bahwa ada pengaruh signifikan antar promosi, harga dan *brand image* secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada PT. Surya Inti Putra Kota Probolinggo. Hasil pengujian hipotesis parsial menunjukkan Variabel Promosi ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung} (3,559) > t_{tabel} (1,991)$  dengan nilai  $sig. = 0,001$ , Variabel Harga ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung} (2,416) > t_{tabel} (1,991)$  dan nilai  $sig. = 0,018$ , dan Variabel *Brand Image* ( $X_3$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung} (3,075) > t_{tabel} (1,991)$  dan nilai  $sig. = 0,003$ ., yang berarti bahwa ada pengaruh antara promosi, harga dan *brand image* secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada PT. Surya Inti Putra Kota Probolinggo. Variabel bebas yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikat dengan melihat nilai  $t$  hitung terbesar yang signifikan yaitu variabel Promosi ( $X_1$ ) sebesar 3,559 dengan  $sig. 0,001$  yang berpengaruh dominan terhadap variabel  $Y$  daripada variabel harga ( $X_2$ ) dan *brand image* ( $X_3$ ).

**Kata kunci : promosi, harga, citra merek (*brand image*), keputusan pembelian**