

Efsilatul Lisa Utami. 2016. Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek Beat di Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep. Skripsi, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing: (I) Drs. Ec. H. Bambang Hermanto, MM., MH. (II) Sayyida, S.Si, M.Si

INTISARI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya sepeda motor jenismatic yang diproduksi oleh industri sepeda motor dengan berbagai fitur dan teknologi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi dan membutuhkan kendaraan yang praktis dalam aktivitas sehari-hari. Sehingga tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh iklan, dan citra merek secara simultan, parsial, dan dominan terhadap keputusan pembelian produk Sepeda Motor Honda Merek Beat di Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep. Penelitian ini difokuskan pada masyarakat Kecamatan Kota yang di bagi menjai lima desa yang di antaranya ialah Desa Pabian, Desa Pangarangan, Desa Kolor, Desa Pong Arap dan Desa Kepanjin yang menggunakan produk Sampel penelitian ini di ambil dengan teknik *Purposive Sampling* sebanyak 50 konsumen yang pernah membeli atau yang memakai Sepeda Motor Honda Merek Beat. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Kemudian setelah data terkumpul, dilakukan sortir data yang dilanjutkan dengan menganalisis menggunakan skala Likert, kemudian melakukan pengujian *validitas* dan *reliabilitas*, dan untuk meng-*crosstabs* statistik menggunakan alat berupa *software SPSS 20*. Dari hasil penelitian dengan langkah-langkah yang dijelaskan di atas diperoleh hasil bahwa berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan uji F (simultan) maka dapat disimpulkan secara simultan tidak mempengaruhi keputusan pembelian, kemudian hasil analisis uji t dapat disimpulkan bahwa secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci : *Pengaruh Iklan, dan citra merek, Keputusan Pembelian.*