

## ABSTRAK

**AHMAD RIFA'I, 1816120054**

### **PENGARUH HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR NMAX DI KECAMATAN PASAR KEMIS KABUPATEN TANGERANG.**

Skripsi. Program Studi Manajemen 2023

Kata kunci: Harga, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

(xii + 99 + lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Pengaruh harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor NMAX di kecamatan pasar kemis kabupaten tangerang.

Jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan kriteria yang telah ditentukan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh. Dan penelitian ini menggunakan analisis data dengan menggunakan SPSS Versi 23. Adapun teknik pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reliabilitas, normalitas, analisis korelasi parsial, koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji regresi linear berganda dan uji hipotesis (uji T dan F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Dari hasil uji t parsial untuk variabel harga (X1) diperoleh  $t_{hitung} = 4.004 > t_{tabel} = 1.660$  maka  $H_0 =$  ditolak dan  $H_a =$  diterima. Jadi terdapat pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada pembelian sepeda motor NMAX di kecamatan pasar kemis kabupaten tangerang. Persentase harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 33.4% dilihat dari kolom *standardized coefficients beta*. Serta hasil uji t parsial *brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh  $t_{hitung} = 5.295 > t_{tabel} = 1.660$  maka  $H_0 =$  ditolak dan  $H_a =$  diterima. Jadi terdapat pengaruh *brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor NMAX di kecamatan pasar kemis kabupaten tangerang. Persentase *brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 44.1% dilihat dari kolom *standardized coefficients beta*, untuk hasil uji F variabel harga (X1) dan *brand image* (X2) diperoleh  $F_{hitung} = 688.225 > F_{tabel} = 3.09$  maka  $H_0 =$  ditolak dan  $H_a =$  diterima. Jadi terdapat pengaruh harga (X1) dan *brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor NMAX di kecamatan pasar kemis kabupaten tangerang. Persentase pengaruh harga (X1) dan *brand image* (X2) Terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 41.1% sedangkan sisanya 58.9% dipengaruhi oleh faktor lain.