

**PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
(STUDI KASUS PADA PT.DAYA ANUGRAH MANDIRI HONDA DAYA
MOTOR)**

Oleh:

Merlin Savitri

A10110132

Dibawah Bimbingan:

Teguh Iman Basuki, S.Kom.,M.M

ABSTRAK

Keputusan pembelian konsumen pada setiap produk-produk yang ditawarkan oleh pelaku bisnis banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah pengaruh dari citra merek, inovasi produk terhadap produk serta perilaku konsumen yang terbentuk dari kelas sosial, kepribadian, motivasi, dll. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari citra merek dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada PT.daya Anugrah Mandiri Honda Daya Motor.

Populasi dari penelitian ini adalah pengguna sepeda motor Honda beat. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini berupa tanggapan responden mengenai citra merek dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda, sedangkan data sekunder berupa sejarah perusahaan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden pengguna sepeda motor Honda Beat dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Pengelolaan dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan program SPSS 20.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan inovasi produk secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,709 atau sebesar 50% . Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan secara parsial citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,426 dan inovasi produk juga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,401.

Kata kunci: Citra Merek, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian.

**AN INFULENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT INNOVATION TO
THE PURCHASING DECISION OF HONDA MOTORCYCLE
(A CASE STUDY OF PT.DAYA ANUGRAH MANDIRI HONDA DAYA
MOTOR)**

By :
Merlin Savitri
A10110132

Instructor:
Teguh Iman Basuki, S.Kom.M.M.

ABSTRACT

The purchasing decision of customer on product offered by business has influenced by any several factors, one of them is brand image, product innovation on product, and customer attitude established under social status, personality, motivation, etc. The study intends to find out how brand image and product innovation influences to the purchasing decision in PT.Daya Anugrah Mandiri Honda Daya Motor.

The populations of research are customer of Honda Beat motorcycle. Data collected in research consists of primary and secondary data. The primary is responses of customer on brand image and product innovation to the purchasing decision of Honda motorcycle, meanwhile the remains, secondary one, is business history. The sample involves 100 respondents of motorcycle customer of Honda Beat proceed by using of simple random sampling method. Data analysis and processing of research uses path analysis with SPSS 20.

By the result it is concluded that brand image and product innovation simultaneously influences significantly to the purchasing decision of 0,709 or 50%. Moreover, the study shows partially that brand image in significant influences to the purchasing decision of 0.426 and product innovation of 0.401 in partially.

Keywords: Brand Image, Product Innovation, Purchasing Decision.