



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR JENIS *MATIC* DI PEKANBARU

(studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau)

Oleh :

Syarifuddin

NIM. 1147110477

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor jenis matic. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan pendapat (Irawan) dengan jumlah responden adalah 100 orang yang menggunakan sepeda motor jenis matic dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif analisis kuantitatif dengan analisis linear berganda dari penelitian diperoleh persamaan regresi berganda $Y = -0,883 + 0,295 X_1 + 0,596 X_2 + e$ dengan menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling dimana teknik yang digunakan peneliti dengan pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu. .

Berdasarkan uji parsial bahwa Citra Merek dan Layanan Purna Jual secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor jenis matic dan berdasarkan uji simultan bahwa Citra Merek dan Layanan Purna Jual berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor jenis matic pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau. Selanjutnya pengaruh variabel independen (citra merek dan layanan purna jual) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) Hasil dari penelitian ini memiliki nilai R Square 0,407 atau 40,7% yang berarti bahwa variabel Keputusan Pembelian dipengaruhi variabel Citra Merek dan Layanan Purna Jual sementara sisnya sebesar 50,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini

Kata Kunci : Citra Merek, Layanan Purna Jual, dan Keputusan Pembelian.