

ABSTRACT

(ISTI QOMARIAH / 1800861201148 / 2025 / THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS AGYA CAR AT PT. AGUNG AUTOMALL IN JAMBI CITY/ SUPERVISOR I PUPU SOPINI, S.E, M.M/ SUPERVISOR II ANASEPUTRI JAMIRA, SE, MM.)

Brand image plays a very important role in purchasing decisions. Therefore, the purpose of this research is to describe the Brand Image and purchasing decisions in buying products, and to find out and analyze the effect of brand image on purchasing decisions in buying product in Toyota Agya in Kota Jambi.

Research methods in this study is descriptive and quantitative method. Data analyze use SPSS Ver 22 and using models simple linier regression with result of count $Y = 3843.312 + 0,987X + e$. The test of determination with R^2 of 84,8%. T test by comparison $t_{count} 84,8 > t_{table} 1,6614$ then H_0 accepted H_1 be. Rejected.

To analyze the effect of brand image on purchasing decisions Agya car in Kota Jambi, the distribution of questionnaires are respondent.

Brand Image regression coefficient (X) is 0,987, meaning that brand image (X) has increased by 1%, so purchasing decisions consumer (Y). The coefficient of determination is known from the value of $R^2=0,848$ (84,8%) which means that brand image (X) is able to explain purchasing decisions (Y) and the remaining 15,2% is influenced by other variables. Not investigated in this study.

Based on t-test, t-count value is 15,946 and the t-table is 1,6614. From the comparison results, it can be seen that the test by comparison $t_{count} 15,946 > t_{table} 1,6614$ then H_0 accepted H_1 be. Rejected. Meaning that brand image affect purchasing decisions.

Keyword : Brand Image, Purchasing Decisions

ABSTRAK

(ISTI QOMARIAH / 1800861201148 / 2025 / PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL AGYA DI PT. AGUNG AUTOMALL KOTA JAMBI/ PEMBIMBING I PUPU SOPINI, S.E, M.M/ PEMBIMBING II ANASEPUTRI JAMIRA, SE, MM.)

Citra merek memegang peranan yang sangat penting dalam keputusan pembelian. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Citra Merek dan keputusan pembelian dalam membeli produk, serta untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dalam membeli produk pada Toyota Agya di Kota Jambi.

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Analisis data menggunakan SPSS Ver 22 dan menggunakan model regresi linier sederhana dengan hasil hitung $Y = 3843.312 + 0,987X + e$. Uji determinasi dengan R^2 sebesar 84,8%. Uji t dengan perbandingan thitung 84,8 > ttabel 1,6614 maka H_0 diterima H_a ditolak.

Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian mobil Agya di Kota Jambi, penyebaran kuesioner dilakukan kepada responden.

Koefisien regresi Citra Merek (X) sebesar 0,987, artinya citra merek (X) mengalami peningkatan sebesar 1%, sehingga keputusan pembelian konsumen (Y). Koefisien determinasi diketahui dari nilai $R^2=0,848$ (84,8%) yang berarti bahwa citra merek (X) mampu menjelaskan keputusan pembelian (Y) dan sisanya sebesar 15,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 15,946 dan t tabel sebesar 1,6614. Dari hasil perbandingan dapat diketahui bahwa uji dengan perbandingan t hitung 15,946 > ttabel 1,6614 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian