

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI PAJERO SPORT
PADA PT. PEKAN PERKASA BERLIAN MOTOR PEKANBARU**

ABSTRAK

DEFRIZEN

Kata Kunci : Citra Merek, Keputusan Pembelian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru yang merupakan distributor resmi kendaraan Mitsubishi di Provinsi Riau. Indikator citra merek yang digunakan meliputi kekuatan asosiasi merek, keunggulan asosiasi merek, dan keunikan asosiasi merek. Indikator keputusan pembelian yang digunakan meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah tipe penelitian survey deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif karena peneliti mengumpulkan data dengan menganalisa data dan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan ditempat penelitian. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Insidental Sampling* yaitu untuk konsumen yang berjumlah 78 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebar kuesioner dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang peneliti lakukan adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil uji t (parsial) menunjukkan hasil yaitu citra merek (X) dengan nilai sig. = $0.000 < 0.05$ atau $t\text{-hitung} = 9.807 > 1.9916$, maka dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. Nilai R-Square (R^2) sebesar 0.559 atau (55.90%) ini menerangkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru sebesar 55.90% sedangkan sisanya 44.10% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. Dari hasil kesimpulan yang diperoleh pada penelitian ini, maka penulis memberikan saran kepada pihak perusahaan yaitu PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru diharapkan dapat meningkatkan citra merek produknya agar keputusan pembelian konsumen selalu meningkat. Apabila citra merek produk tersebut baik dimata konsumen maka konsumen akan loyal dalam melakukan keputusan pembelian sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON THE PURCHASE DECISION OF MITSUBISHI PAJERO SPORT CAR AT PT. PEKAN PERKASA BERLIAN MOTOR PEKANBARU

ABSTRACT

DEFRIZEN

Keywords: Brand Image, Purchase Decision.

The purpose of this study was to determine the effect of brand image on the purchase decision of the Mitsubishi Pajero Sport car at PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru which is the official distributor of Mitsubishi vehicles in Riau Province. The brand image indicators used include the strength of brand associations, the superiority of brand associations, and the uniqueness of brand associations. Purchasing decision indicators used include need recognition, information search, alternative evaluation, purchasing decisions, and post-purchase behavior. The type of research that I use is a type of descriptive survey research with quantitative research methods because researchers collect data by analyzing data and by describing or describing the data by observing the research site. The sampling technique used in this study uses Insured Sampling technique that is for consumers totaling 78 people. Data collection methods used are by distributing questionnaires and documentation. The data analysis technique that researchers did was simple linear regression analysis. The results showed that the results of the t test (partial) showed the results of the brand image (X) with the sig value. = 0.000 <0.05 or t-count = 9.807> 1.9916, it can be concluded that the brand image has a positive and significant effect partially (individually) on the purchase decision of the Mitsubishi Pajero Sport car at PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. This R-Square value (R²) of 0.559 or (55.90%) explains that the brand image has a significant effect on the purchase decision of the Mitsubishi Pajero Sport car at PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru is 55.90% while the remaining 44.10% is influenced by other factors not observed in this study. From the results of the conclusions obtained in this study, the authors give advice to the company, namely PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru is expected to improve its product brand image so that consumer purchasing decisions always increase. If the product brand image is good in the eyes of consumers, consumers will be loyal in making purchasing decisions so that the company's objectives can be achieved.