

## ABSTRAK

**HAMBALI : 708221044. “Pengaruh Desain dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Pembeli Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan)”. Skripsi Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi: Universitas Negeri Medan.2012.**

Pertumbuhan industri sepeda motor yang berkembang pesat pada saat ini, menimbulkan banyaknya persaingan di bidang industri sepeda motor. Suatu perusahaan harus mengambil langkah yang tepat untuk menarik konsumen, salah satunya adalah dengan memperhitungkan unsue desain dan peningkatan citra merek perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan ada tidaknya Pengaruh Desain dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Pembeli Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unversitas Negeri Medan).

Populasi dalam penelitian ini adalah 431 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan, penyebaran angket dan observasi. Hasil uji validitas dari setiap item pertanyaan adalah valid. Realibilitas angket diuji dengan menggunakan tekni korelasi product moment untuk desain ( $0,857 > 0,361$ ), citra merek ( $0,846 > 0,361$ ) dan keputusan pembelian ( $0,835 > 0,361$ ).

Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan rumus :  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ , maka diperoleh persamaan analisis regresi linier berganda  $Y = 19,856 + 0,174 X_1 + 0,215 X_2 + e$ . Dari hasil uji t diperoleh bahwa desain dan citra merek secara parsial memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha, terlihat dari nilai  $t_{hitung}$  masing-masing sebesar  $X_1 = 4,325$  dan  $X_2 = 3,363$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,984. Dari hasil uji F diperoleh bahwa desain dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha, terlihat dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 37,146 lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,090.

Untuk mengetahui kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama digunakan koefisien determinasi dengan hasil 0,434. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh desain dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan sebesar 43,4% sedangkan 56,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima yaitu ada pengaruh desain dan citra merek terhadap keputusan konsumen pembeli sepeda motor yamaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Kata kunci : Desain, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

**HAMBALI : 708221044. “The Influence of Desaign and Brand Image on Purchase Decision of Motorcycles Yamaha On Student Faculty of Economics University of Medan. Thesis Management Department Faculty of Econimics University of Medan. 2012.**

The growth of the motorcycle industry is growing rapidly at present, causing much competition in the motorcycle industry. A company must take appropriate measures to attract consumers, one of which is to take into account the elements of design and improvement of corporate brand image.

The study aims to determine and explain the presence or absence of Influence of Design and Brand Image on Purchase Decision of Motorcycles Yamaha On Student Faculty of Economics, State University of Medan.

The population in this study were 431 students of the Faculty of Economics, State University of Medan with a total sample of 100 respondents. Technique of data collecting is done by literature study, questionnaire and observation. The test results question the validity of each item is valid. Reliability of questionnaire were tested using product moment correlation techniques to design ( $0,857 > 0,361$ ), brand image ( $0,846 > 0,361$ ) and purchasing decisions ( $0,835 > 0,361$ ).

The data analysis technique used multiple linear regression analysis technique, using the formula :  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ , then the obtained multiple linear regression analysis equation  $Y = 19,856 + 0,174 X_1 + 0,215 X_2 + e$ . From the results of t test showed that the design and brand image motorcycles, as seen from the t value, respectively-each amounting to  $X_1 = 4,325$  and  $X_2 = 3,363$  greater than t table value 1,984. From the F test results showed that the design and brand image simultaneously influence the purchasing decisions of Yamaha motorcycles, seen from the calculated F value of 37,146 is greater than the F table at 3,090.

To determine the contribution of independent variables on the dependent variable together-the same used with the 0,434 coefficient of determination. This indicates that the influence of design and brand image of Yamaha motorcycle purchase decision on the students of the Faculty of Economics, State University of Medan amounted 43,4% while 56,6% are influenced by other variables outside the research model. Thus the hypothesis in this study accepted that there is the influence of design and brand image of Yamaha motorcycle purchase decision on the students of the Faculty of Economics, State University of Medan.

Keyword : Design, Brand Image, the purchase decision

