

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh iklan di media televisi, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU 150cc. pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disebar pada 100 responden yang menggunakan sepeda motor satria di wilayah Jakarta Barat. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 21. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dengan analisis faktor, uji realibilitas dengan *Cronbach Alpha's*. Uji Asumsi Klasik, Koefisien determinasi dan analisis regresi linear berganda, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian. Hasil analisis menyatakan bahwa iklan di media televisi berpengaruh terhadap keputusan pembelian begitu juga dengan citra merek, hanya harga yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial. Namun secara simultan iklan di media televisi, harga, dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Iklan di Media Televisi, Harga, Citra merek dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of advertising on the television medium, price and brand image on purchase decision Motorcycle Suzuki Satria FU 150cc. data collection was conducted through questionnaires were distributed to 100 respondents who use motorcycles knight in West Jakarta. Analysis of the data in this study using SPSS version 21. Mechanical testing data used in this study include testing the validity of the factor analysis, reliability test by Cronbach's Alpha. Test Assumptions Classical, coefficient of determination and multiple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis. The results of the analysis stated that television advertisements in the media influence on purchase decisions as well as brand image, which not only affect the price of the purchase decision partially. But simultaneously advertising on television, price, and brand image influence on purchasing decisions.

Keywords: Advertising on Media Television, price, brand image and purchase decisions