

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh dari Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Scorpio Z. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 mahasiswa pengguna Yamaha Scorpio Z yang berada di Universitas Mercu Buana. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah convenience sampling, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda pada program SPSS 20.

Secara simultan atau bersama-sama dapat dijelaskan pengaruh antara variabel independen yaitu Persepsi Harga (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), didapat nilai F hitung sebesar 39,103 dengan signifikan 0,000. karena F hitung lebih besar dari F tabel 3,09 ($39,103 > 3,09$) atau tingkat signifikan penelitian lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Artinya ada pengaruh secara signifikan antara persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Secara parsial didapat nilai t hitung untuk variabel persepsi harga sebesar 8,838 atau tingkat signifikan 0,000. Karena t hitung lebih besar dari t tabel 1,984 ($8,838 > 1,984$) atau tingkat signifikan penelitian lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci :Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.