

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan konsumen motor Suzuki mengenai *brand image* motor Suzuki, untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai proses keputusan pembelian motor Suzuki dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor Suzuki.

Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif yaitu metode penelitian yang dilaksanakan dengan cara mengumpulkan data. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta – fakta, sifat – sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Berdasarkan perhitungan statistik dengan analisis regresi sederhana, diperoleh hasil yaitu  $r = 0,573$  yang berarti terdapat hubungan yang cukup kuat searah antara *brand image* sepeda motor Suzuki dengan proses keputusan pembelian motor Suzuki. Kemudian di peroleh juga nilai  $r_{\text{square}}$  atau biasa disebut koefisien determinasi ( $k_d$ ) = 0,328 ( 32,8%) yang berarti proses keputusan pembelian motor Suzuki dipengaruhi oleh *brand image* sebesar 32,8%, sedangkan 67,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar *brand image*. Pada tahap akhir , penulis menguji hipotesis penelitian yang telah dikemukakan. Dari perhitungan diperoleh  $t_{\text{hitung}} = 5,767 > t_{\text{tabel}} = 1,660$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti terdapat hubungan yang searah (positif) antara *brand image* dengan proses keputusan pembelian motor Suzuki.

## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the response of the consumers Suzuki brand image, to determine the response of the consumer buying decision process of Suzuki motorcycle to determine how much effect of the brand image to buying decision process of Suzuki motorcycle.

The method used by the author is descriptive method, which is the method of research conducted by collecting data. The purpose of descriptive research is to create a description, picture, or painting in a systematic, factual, and accurate information on the facts, the character of the correlation between the phenomena investigated.

Based on statistical calculations with simple regression analysis, the result is  $r = 0.573$ , which means there is a fairly strong correlation between the direction of the brand image of Suzuki motorcycle purchase decision process. Then also the value obtained  $R^2$  or so-called coefficient of determination ( $k_d$ ) = 0.328 (32.8%) which means that the process of purchasing decisions are effected by the Suzuki brand image by 32.8%, while 67.2% is effected by other factors beyond brand image. In the final stage, the authors tested the hypothesis that has been proposed research. Of calculations obtained  $t = 5.767 > t_{table} = 1.660$ . This shows that  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted, which means that there is a unidirectional correlation (positive) between brand image of Suzuki motorcycle purchase decision process.