

ABSTRAK

Aditia Syahrahman (1188020003): “Pengaruh Citra Merek Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan (Studi Kasus Pada Konsumen Honda Scoopy Fi Pada PT. Astra Motor HSO-Bandung).”

Perkembangan industri otomotif yang semakin pesat menuntut perusahaan untuk memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Citra merek dan layanan purna jual merupakan dua faktor utama yang dinilai mampu membentuk persepsi konsumen terhadap suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian kendaraan, dengan studi kasus pada konsumen motor Honda Scoopy Fi di PT. Astra Motor HSO-Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian kendaraan konsumen motor honda scoopy fi pada pt. astra motor hso-bandung.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian di atas peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan teknik purposive sampling yang berdasarkan kriteria yang sudah peneliti tetapkan yaitu konsumen yang sedang, pernah atau sering berbelanja di toko tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel yang diteliti, peneliti menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, demikian pula dengan layanan purna jual yang memberikan pengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, citra merek dan layanan purna jual berkontribusi secara signifikan dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan kepada PT. Astra Motor HSO-Bandung untuk terus memperkuat citra merek serta meningkatkan kualitas layanan purna jual guna mempertahankan loyalitas konsumen dan meningkatkan volume penjualan.

Kata Kunci : Citra Merek, Layanan Purna Jual, Dan Keputusan Pembelian.