

ABSTRAK

Pemasaran adalah bagaimana dapat memenuhi atau memuaskan kebutuhan para konsumen melalui berbagai saluran distribusi tertentu melalui produk yang ditawarkan. Demikian maka pemasaran selalu berorientasi pada bagaimana menciptakan barang-barang dan jasa-jasa yang dapat memberikan nilai kepuasan supaya konsumen mau membeli produk yang ditawarkan. Dalam melakukan pembelian biasa konsumen akan bergantung pada merek. Merek merupakan sebuah istilah yang melekat pada sebuah produk dan yang membedakan dari produk lainnya yang sejenis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada Dealer Motor Honda Sumbermas Lumajang. Selanjutnya, untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada Dealer Motor Honda Sumbermas Lumajang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang diperoleh pada penelitian ini didapatkan dari para konsumen Dealer Motor Honda Sumbermas Lumajang. Dalam penentuan sampel menggunakan *nonprobability sampling* yakni *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 60 responden. Data diperoleh dengan menyebarkan kuisioner yang dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk mampu memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian citra merek juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Dealer Honda Sumbermas Motor. Dalam uji F atau simultan inovasi produk dan citra merek menunjukkan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : inovasi produk, citra merek dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Marketing is how to meet or satisfy the needs of consumers through various distribution channels through the products offered. Thus, marketing is always oriented to how to create goods and services that can provide satisfaction value so that consumers want to buy the products offered. In making a normal purchase the consumer will depend on the brand. Brand is a term that is inherent in a product and that distinguishes it from other similar products. This study aims to determine the effect of product innovation and brand image on purchasing decisions of Honda Beat Motorcycles at the Honda Sumbermas Lumajang Motorcycle Dealer. Next, to find out which variable is the most influential on the decision to purchase a Honda Beat Motorcycle at Honda Sumbermas Lumajang Motorcycle Dealer. The method used in this research is quantitative. The data obtained in this study were obtained from consumers of Honda Sumbermas Lumajang Motorcycle Dealers. In determining the sample using nonprobability sampling that is purposive sampling with 60 respondents. Data obtained by distributing questionnaires were analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The test results in this study indicate that the product innovation variable is able to provide a significant positive influence on purchasing decisions. Then the brand image also has a significant positive influence on purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the effect of product innovation and brand image on purchasing decisions for Honda Beat in Dealer Honda Sumbermas. In the F test or simultaneous product innovation and brand image shows a positive influence on purchasing decisions.

Keywords: product innovation, brand image and purchasing decision