

## ABSTRAK

Syahril 2017, *Pengaruh Brand Image Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Makassar*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar. Pembimbing I Moh. Aris Pasigai dan Pembimbing II Muh. Nur Rasyid.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh brand image terhadap pengambilan keputusan pembelian mobil Toyota avanza pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo No. 227 Makassar.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana untuk melihat pengaruh dari brand image terhadap pengambilan keputusan pembelian mobil Toyota avanza dan menggunakan koefisien korelasi untuk melihat seberapa besar pengaruh brand image terhadap pengambilan keputusan pembelian mobil Toyota avanza pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo No.227 Makassar

Berdasarkan hasil analisis pada tabel model summary, maka diperoleh nilai R- Square sebesar 0,468 atau 46,8%. Kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan berpengaruh sebesar 46,8% dan sementara sebesar 54,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil Uji-t pada variabel kualitas pelayanan dimana  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yakni dengan menunjukkan nilai  $4.031 > 1.081$ , maka variabel brand image berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel pengambilan keputusan pembelian.

**Kata kunci : Brand image, Pengambilan keputusan**