

ABSTRAK

NURUL SYAM-SYAM, 2023. Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza Pada PT. Hadji Kalla Cabang Daya Makassar. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Dg. Maklassa dan Pembimbing II Nasrullah.

Tujuan penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Avanza pada PT. Hadji Kalla Cabang Daya Makassar. Populasi pada penelitian ini berjumlah 80 orang dengan sampel sebanyak 67 responden menggunakan teknik pengambilan sampel secara *Non Probability Sampling* dengan teknik penentuan sampel yaitu *Incidental Sampling*. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan pengumpulan data kuesioner dan dokumentasi. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji hipotesis secara parsial (uji t). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Avanza pada PT. Hadji Kalla Cabang Daya Makassar. Variabel *Brand image* dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Berdasarkan hasil uji t, Nilai Signifikansi *Brand Image* 0,001 lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 jadi berdasarkan pengambilan keputusan ini maka terdapat pengaruh brand image dalam keputusan pembelian. Sedangkan Nilai signifikansi Harga 0,001 lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan 0,05 maka terdapat pengaruh harga dalam keputusan pembelian.

Kata Kunci: Brand Image, Harga

ABSTRACT

NURUL SYAM-SYAM, 2023. The Influence of Brand Image and Price on the Decision to Purchase an Avanza Car at PT. Hadji Kalla Daya Makassar Branch. Thesis for the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Supervisor I Dg. Maklassa and Advisor II Nasrullah.

The aim of this research is a type of quantitative research with the aim of finding out how much influence brand image and price have on the decision to purchase an Avanza car at PT. Hadji Kalla Daya Makassar Branch. The population in this study was 80 people with a sample of 67 respondents using a Non Probability Sampling sampling technique with a sampling technique, namely Incidental Sampling. The types and sources of data used are primary data and secondary data with questionnaire data collection and documentation. Meanwhile, the data analysis methods used are validity test, reliability test, normality test, and partial hypothesis test (t test). The results of this research show that the brand image and price variables simultaneously have a positive and significant effect on the decision to purchase an Avanza car at PT. Hadji Kalla Daya Makassar Branch. Brand image and price variables influence purchasing decisions. Based on the results of the t test, the Brand Image Significance Value of 0.001 is smaller than the specified significance value of 0.05, so based on this decision making, there is an influence of brand image in purchasing decisions. Meanwhile, the price significance value of 0.001 is smaller than the significance value set at 0.05, so there is an influence of price in purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Price