

ABSTRAK

Advertising dan Citra merek merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, untuk meningkatkan penjualan serta pendapatan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Periklanan dan Citra merek produk terhadap Keputusan pembelian Sepeda motor oleh konsumen secara parsial dan simultan. Yang menjadi objek penelitian ini adalah sejumlah Konsumen yang membeli serta berlangganan pada Perusahaan CV. Yamaha Brayan Motor pulo Brayan yang dikelompokkan berdasarkan Umur, Jenis kelamin, Usia, Pendidikan terakhir, Pekerjaan dan pendapatan perbulan. Untuk menentukan Objek atau sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Random Sampling* atau pemilihan sampel secara acak diantara sejumlah populasi yang ada. Data diperoleh dengan menyebarkan Kuesioner penelitian yang berisi tentang pernyataan seputar periklanan, citra merek dan keputusan pembelian kepada 90 responden. Pengujian hipotesis dilakukan dengan model regresi linear berganda, uji parsial, uji Simultan yang dianalisis menggunakan program aplikasi IBM SPSS 25.0. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Secara parsial Advertising tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, (2) Secara Parsial Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, (3) Secara simultan advertising dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Konsumen.

Kata Kunci : Advertising, Citra merek dan Keputusan Pembelian.