

Nuril Ristanti, 12311080, **Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan dan Citra Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario (Studi Pada Kecamatan Balen Bojonegoro)**, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Agustus, 2017.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian pengaruh iklan, promosi penjualan dan citra merek . Jumlah sampel dalam penelitian ini 100 orang pembeli sepeda motor Honda Vario. Dengan teknik pengambilan sampel *Probability Sampling* jenis *Proportionate Stratified Random Sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil pengujian secara simultan iklan, promosi penjualan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian secara parsial iklan berpengaruh signifikan keputusan pembelian, promosi penjualan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian serta iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Iklan , Promosi Penjualan, Citra Merek, Keputusan Pembelian.