

ABSTRAK

Nama : Safrida

Program Studi : Manajemen

Judul : Pengaruh Faktor Individual, Iklan Media Sosial Dan Brand Image Terhadap Perilaku Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Coopy Di Kabuapten Aceh Barat (Meulaboh)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari Faktor Individual, Iklan Media Sosial dan Brand Image terhadap perilaku pembelian sepeda motor merek Honda Scoopy di Kabupaten Aceh Barat (Meulaboh). Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner secara langsung dan melalui *google form* kepada 125 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor individual, iklan media sosial dan brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian sepeda motor merek Honda Scoopy Di Kabupaten Aceh Barat (Meulaboh). Berdasarkan analisis koefisien determinasi diperoleh nilai R sebesar 0,890 yang menunjukkan bahwa hubungan antara seluruh variabel faktor individual, iklan media sosial dan brand image, dan perilaku pembelian cukup kuat. Nilai R Square sebesar 0,792 yang menunjukkan bahwa 79% variabel perilaku pembelian dapat dijelaskan oleh variabel faktor individual dan iklan media sosial. sedangkan 21% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Faktor individual, Iklan media sosial, brand image dan perilaku pembelian.

ABSTRACT

Name: Safrida

Study Program: Management

Title: The Influence of Individual Factors, Social Media Advertising and Brand Image on Purchasing Behavior of Honda Scoopy Brand Motorcycles in West Aceh Regency (Meulaboh)

This research aims to determine the influence of individual factors, social media advertising and brand image on purchasing behavior for Honda Scoopy brand motorbikes in West Aceh Regency (Meulaboh). The data collection used in this research is primary data obtained by distributing questionnaires directly and via Google Form to 125 respondents. The data analysis technique used is a multiple linear regression analysis technique using SPSS version 26 software. The results of the research show that individual factors, social media advertising and brand image have a positive and significant effect on purchasing behavior for Honda Scoopy brand motorbikes in West Aceh Regency (Meulaboh). Based on analysis of the coefficient of determination, an R value of 0.890 was obtained, which shows that the relationship between all individual factor variables, social media advertising and brand image, and purchasing behavior is quite strong. The R Square value is 0.792, which indicates that 79% of purchasing behavior variables can be explained by individual factor variables and social media advertising, while 21% was influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Individual factors, social media advertising, brand image dan purchasing behavior.