

## ***ABSTRACT***

*The motorcycle industry has grown up and develops annually. It can be seen by increase of sales. Honda was in the top level in sales. By the reason above, observer attempt to indentify on how brand image of Honda influence to the customer interest. Sampe of research are 100 respondents from people of Bandung city as the user of the product. A method used is simply linier regression. In data processing used SPSS 17.0 program. Result of analysis shows that proper brand image gave positive influence and significant toward customer interest. Total influence of brand image to the buying intesert of Honda motorcycle is 49,8%, while the remains ( 100% - 49,8% ) = 50,2% is unobserved factors.*

*Keywords : Brand Image, Buying Interest.*

## ABSTRAK

Industri sepeda motor di Indonesia mengalami kemajuan dan pertumbuhan dari tahun ke tahun. Hal ini di tandai dengan semakin meningkatnya volume penjualan sepeda motor. Penjualan sepeda motor terbesar di Indonesia, di pegang oleh merek Honda. Berkenaan dengan hal tersebut, maka penelitian ini mencoba mengidentifikasi apakah *Brand Image* motor Honda berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Sampel penelitian ini adalah masyarakat kota Bandung yg menggunakan sepeda motor Honda sejumlah 100 orang responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear sederhana. Dan dalam pengolahan datanya menggunakan program SPSS 17.0 pada komputer. Hasil analisa dari penelitian ini menunjukan bahwa *Brand Image* yang baik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Besarnya pengaruh *Brand Image* terhadap minat beli konsumen pada motor Honda sebesar 49,8 %. Sementara sisanya ( 100% - 49,8% ) = 50,2 % merupakan faktor – faktor lain yang tidak di teliti.

Kata Kunci : *Brand Image*, Minat beli

## DAFTAR ISI

|                                            | Halaman  |
|--------------------------------------------|----------|
| Halaman Judul.....                         | i        |
| Halaman Pengesahan.....                    | ii       |
| Pernyataan Keaslian Skripsi.....           | iii      |
| Kata Pengantar.....                        | iv       |
| <i>Abstract</i> .....                      | vii      |
| Abstrak.....                               | viii     |
| Daftar Isi.....                            | ix       |
| Daftar Gambar.....                         | xi       |
| Daftar Tabel.....                          | xii      |
| <b>Bab I. PENDAHULUAN</b>                  | <b>1</b> |
| Latar Belakang.....                        | 1        |
| Identifikasi Masalah.....                  | 4        |
| Tujuan Penelitian.....                     | 4        |
| Kegunaan Penelitian.....                   | 4        |
| <b>Bab II. KAJIAN PUSTAKA</b>              | <b>6</b> |
| 2.1. <i>Brand</i> .....                    | 6        |
| 2.2. Keputusan dalam <i>Branding</i> ..... | 11       |
| 2.3. <i>Brand Image</i> .....              | 14       |
| 2.4. Perilaku Konsumen.....                | 15       |
| 2.5. Proses Pembelian.....                 | 24       |
| 2.6. Minat Beli Konsumen.....              | 25       |
| 2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis.....       | 28       |

|                                                |           |
|------------------------------------------------|-----------|
| 2.8 Bagan Kerangka Pemikiran.....              | 31        |
| <b>Bab III. METODE PENELITIAN</b>              | <b>32</b> |
| 3.1. Pendahuluan.....                          | 32        |
| 3.2. Sumber Data Penelitian.....               | 32        |
| 3.3. Populasi dan Sampel.....                  | 32        |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data.....              | 34        |
| 3.5. Definisi Operasional Variabel.....        | 35        |
| 3.6. Pemilihan Metode dan Statistik.....       | 38        |
| <b>Bab IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> | <b>44</b> |
| 4.1. Karakteristik Responden.....              | 44        |
| 4.2. Hasil Penelitian.....                     | 46        |
| 4.3. Koefisien Determinasi.....                | 59        |
| 4.4. Persamaan Regresi Linear Sederhana.....   | 60        |
| 4.5. Pengujian Hipotesis.....                  | 61        |
| <b>Bab V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>             | <b>64</b> |
| 5.1. Kesimpulan.....                           | 64        |
| 5.2. Saran.....                                | 65        |
| Daftar Pustaka.....                            | 66        |
| Lampiran.....                                  | 68        |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                   | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....                           | 17      |
| Gambar 2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..... | 18      |
| Gambar 2.3 Model Hierarki <i>AIDA</i> .....                       | 29      |
| Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....                       | 31      |
| Gambar 4.1 Kategori <i>Brand Image</i> Motor Honda.....           | 54      |
| Gambar 4.2 Kategori Minat Beli Konsumen.....                      | 58      |
| Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ .....            | 62      |

## DAFTAR TABEL

|                                                                              | Halaman |
|------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor.....                                   | 2       |
| Tabel 1.2 Pangsa Pasar Sepeda Motor Berdasarkan Merek.....                   | 3       |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel.....                                          | 36      |
| Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....                                          | 38      |
| Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Kuesioner.....                  | 39      |
| Tabel 3.4 Intreval dan Tingkat Hubungan.....                                 | 41      |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....                                       | 44      |
| Tabel 4.2 Usia Responden .....                                               | 45      |
| Tabel 4.3 Pendidikan Responden .....                                         | 45      |
| Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....                                           | 46      |
| Tabel 4.5 Sepeda Motor Honda Merek Terkenal .....                            | 47      |
| Tabel 4.6 Simbol dan warna Motor Honda Menarik.....                          | 47      |
| Tabel 4.7 Sepeda Motor Honda Irit Bahan Bakar.....                           | 48      |
| Tabel 4.8 Sepeda Motor Honda Memiliki Teknologi Canggih.....                 | 48      |
| Tabel 4.9 Pilihan Warna Motor Honda Beragam.....                             | 49      |
| Tabel 4.10 Harga Produk Motor Honda Sesuai dan Terjangkau.....               | 49      |
| Tabel 4.11 Motor Honda Memberikan Kemudahan Trasnportasi.....                | 50      |
| Table 4.12 Motor Honda Praktis dan Ekonomis.....                             | 50      |
| Tabel 4.13 Bangga Menggunakan Motor Honda.....                               | 51      |
| Tabel 4.14 Motor Honda Menambah Rasa Percaya Diri.....                       | 51      |
| Tabel 4.15 Gengsi menggunakan Sepeda Motor Merek Lain.....                   | 52      |
| Tabel 4.16 Rekapitulasi Tanggapan Respoden Terhadap <i>Brand Image</i> ..... | 53      |
| Tabel 4.17 Mencari Informasi Lanjut Tentang Motor Honda.....                 | 54      |

|            |                                                           |    |
|------------|-----------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.18 | Tertarik Menggunakan Sepeda Motor Honda.....              | 55 |
| Tabel 4.19 | Langsung Mendatangi <i>Dealer</i> Resmi Motor Honda.....  | 55 |
| Tabel 4.20 | Sepeda Motor Honda Menarik Perhatian.....                 | 56 |
| Tabel 4.21 | Motor Honda Paling Baik Untuk Dipilih.....                | 56 |
| Tabel 4.22 | Lebih Memilih Motor Merek Honda.....                      | 57 |
| Tabel 4.23 | Merekomendasikan Sepeda Motor Merek Honda.....            | 57 |
| Tabel 4.24 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli..... | 58 |