

ABSTRAKSI

Fokus dari studi ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *brand image* sepeda motor Honda terhadap minat beli. Studi ini menganalisis variabel *brand image* yang mempengaruhi minat beli dengan menyebarkan 70 kuesioner ke masyarakat umum di Yogyakarta di tahun 2015. Kuesioner terstruktur dalam bentuk skala Likert. Analisis regresi linier sederhana dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada korelasi antara variabel independen dan variabel dependen sebesar 54,0 % dan pengaruh variabel independen ke variabel dependen sebesar 29,1 %. Pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan minat beli cocok digunakan sebagai sebuah alat ukur. Uji hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis telah memenuhi syarat $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan probabilitas $< 0,05$.

Keyword : brand, brand image, minat beli

ABSTRACT

The focus of this study is to know the influence of brand image Honda motorcycle against purchasing interest. This study analyzing variable brand image that affects interest buy with the quantitative approach that in 70 spread to general public in Yogyakarta in the year 2015. A structured questionnaire in the form of scales Likert. Linear regression analysis simplest of the research result show that there is a correlation between the independent variable and dependent variable of 54,0 % and the influence of the independent variable to the dependent variable of 29,1 %. Reliability testing shows that the concept variable brand image and interest buy suitable for use as a measuring instrument. The testing of hypotheses indicates that hypothesis have been accepted that qualifies $t \text{ count} > t \text{ table}$ with a probability $< 0,05$.

Keyword : brand, brand image, interest buy