

	No. Alumni Universitas:	INTAN MULYANI	No. Alumni Fakultas:
	a) Tempat/tanggal Lahir: Taram/13 September 1994 b) Nama Orang Tua: Zulman dan Murni c) Fakultas: Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 1210523052 f) Tanggal Lulus: 08 April 2016 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,56 i) Lama Studi 3 tahun 9 bulan j) Alamat Orang Tua: Jorong Parak Baru, Nagari Taram, Kecamatan Harau, Kabupaten Limapuluh Kota.		

**Analisis Pengaruh *Brand Equity* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* Sepeda Motor Merek Honda di Kota Payakumbuh**

*Skripsi oleh Intan Mulyani*  
**Pembimbing 1: DR. Verinita, SE., M.Si**  
**Pembimbing 2: Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, *brand loyalty* dan *brand image* terhadap *purchase intention* sepeda motor merek Honda di Kota Payakumbuh. Berdasarkan klasifikasi tujuannya penelitian ini termasuk kedalam jenis *explanatory research* dengan metode penelitian *survey explanatory*. Jenis data penelitian yaitu data primer yang diperoleh dari responden melalui penyebaran kuisioner terhadap 115 responden yang merupakan konsumen sepeda motor merek Honda di Kota Payakumbuh atau individu yang berniat membeli sepeda motor merek Honda dimasa depan. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan program SPSS *version 2.0*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *brand loyalty* dan *brand image* signifikan mempengaruhi *purchase intention*. Sehingga semakin meningkat *brand loyalty* dan *brand image* yang dirasakan konsumen, maka semakin besar *purchase intention* konsumen terhadap sepeda motor merek Honda. Namun dalam penelitian ini ditemukan bahwa *brand awareness*, *brand association* dan *perceived quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Sehingga semakin tinggi *brand awareness*, *brand association* dan *perceived quality* konsumen belum cukup mampu mempengaruhi *purchase intention* konsumen terhadap sepeda motor merek Honda di Kota Payakumbuh.

**Kata kunci:** *Brand Association, Brand Awareness, Brand Image, Brand Loyalty, Purchase Intention, Perceived Quality.*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 08 April 2016. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1	2	3	4
Nama Terang	DR. Verinita, SE., M.Si	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM	Faisal Ali Ahmad, SP., M.Si	Erizal N, SE., MM

Mengetahui,  
Koordinator  
FEUA Kampus II Payakumbuh :

**Lukman, SE., M.Si**  
**NIP: 196411231993031001**

Tanda Tangan \_\_\_\_\_

Alumnus telah mendaftarkan ke Fakultas/Universitas dan mendapatkan nomor alumnus

	Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas:	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas:	Nama	Tanda Tangan