

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DAN
PERCEIVED QUALITY TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PRODUK MOBIL HONDA BRIO SATYA JENIS
LOW COST GREEN CAR (LCGC)
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada
Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

Putri Ghina Lazuardi

1510522009

Nama Pembimbing : Dr. Ratni Prima Lita, SE, M.M

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

JANUARI 2019

	No. Alumni Universitas	Putri Ghina Lazuardi	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir: Tiku/11 Juni 1997, b) Nama Orang Tua: Lazuardi Erman, SH dan Rosva Deswira, S.Pi, c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No Bp: 1510522009, f) Tanggal Lulus: 10 Januari 2019, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3,29 i) Lama Studi: 3 Tahun 5 Bulan, j) Alamat Orang Tua: Nagari Surabaya, Kecamatan Lubuk Basung, Kabupaten Agam		

ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK MOBIL HONDA BRIO SATYA JENIS LOW COST GREEN CAR (LCGC) DI KOTA PADANG

Skripsi Oleh : Putri Ghina Lazuardi
Pemimbing : Dr. Ratni Prima Lita, SE, M.M

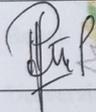
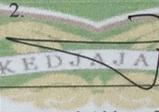
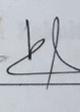
ABSTRAK

Salah satu jenis kendaraan roda empat yang diminati pada saat sekarang ini ialah mobil jenis *low cost green car*. Produsen mobil yang memproduksi mobil jenis *lcgc* ini berlomba-lomba dalam memperkuat *brand* mereka dimata konsumen, apakah konsumen *aware* dengan merek, bagaimana *image* merek tersebut dan bagaimana persepsi kualitas dari konsumen terkait merek tersebut sehingga nantinya muncul minat beli konsumen terhadap produk mobil jenis *low cost green car (lcgc)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention* produk mobil honda brio satya jenis *low cost green car (lcgc)* di kota padang. Sampel pada penelitian ini sebanyak 150 orang yang dipilih dengan metode *survey explanatory kuantitatif*. Pengujian hipotesis dilakukan program smartPLS 3.2.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*, *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*, *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Quality*, dan *Perceived Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*.

Kata Kunci : **Brand Awareness; Brand Image; Perceived Quality; Purchase Intention; Low Cos Green Car**

Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal 27 Desember 2018

Abstrak telah di setujui oleh:

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dr. Ratni Prima Lita, SE, M.M	Asmi Abbas, SE, M.M	Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus, Ph.D

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE, MSi
NIP. 197208262003122004



Alumni telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumni :

Petugas Fakultas/Universitas		
No. Alumni Fakultas	Nama	TandaTangan
No. Alumni Universitas	Nama	TandaTangan