



**PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR  
HONDA SCOOPY DENGAN MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Konsumen PT. Nusantara Sakti di Kota Semarang)**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Departemen Ilmu Administrasi Bisnis**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Kamilia Indah**

**NIM : 14020214140127**

**DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2018**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kamilia Indah  
NIM : 14020214140127  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan  
Pembelian Sepeda motor Honda Scoopy dengan Minat Beli Sebagai Variabel  
Intervening  
(Studi Kasus Pada Konsumen PT. Nusantara Sakti di Kota Semarang)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Desember 2018

Pembuat Pernyataan,

Kamilia Indah

NIM: 14020214140127

## PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Nusantara Sakti di Kota Semarang)

Nama Penyusun : Kamilia Indah

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1

Semarang, Desember 2018

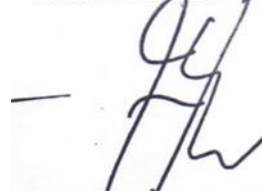
Dekan



Dr. Sunarto, M.Si

NIP.19660727.199203.1.001

Wakil Dekan I



Dr. Heri Pujj Santoso, M.Si.

NIP.19610510.198902.1.002

### Dosen Pembimbing :

1. Agung Budiarmo, S.Sos.MM

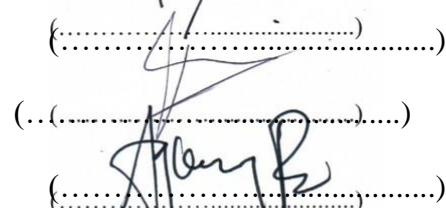


(.....)

(.....)

### Dosen Penguji :

1. Bulan Prabawani, S.Sos,MM,PhD
2. Dina Lestari Purbawati, SE.M.Si,Akt
3. Agung Budiarmo, S.Sos.MM



(.....)

(.....)

(.....)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”  
(QS. Al-Insyirah : 5)*

*“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan  
kesanggupannya”  
(QS. Al-Baqarah : 286)*

### Persembahan

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Allah SWT.
2. Mama dan Papa atas segala doanya yang tidak pernah putus, kasih sayang yang begitu tulus dalam membimbingku selama ini.
3. Kedua kakakku dan kakak iparku yang tersayang yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis.
4. Kedua kakak sepupu yang selalu mau mendengarkan keluh kesah dan menyemangati penulis selama ini.
5. Seluruh keluarga yang selalu mendoakan yang terbaik dan membantu penulis dalam keadaan apapun.
6. Teman-teman terdekat yang tidak bisa disebutkan satu-satu yang selalu bisa menjadi tempat bersandar dan menceritakan keluh kesah serta membantu dari awal proses pembuatan skripsi dan selalu memberikan semangat kepada penulis.
7. Teman-teman Departemen Administrasi Bisnis FISIP UNDIP angkatan 2014, terutama kelas 12 yang telah menjadi keluarga baru yang tidak akan terlupakan.

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY  
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Kasus Pada Konsumen PT. Nusantara Sakti di Kota Semarang)**

**Abstraksi**

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh minat beli seseorang terhadap suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dewasa ini perusahaan bersaing untuk mendapatkan hati konsumen untuk berminat terhadap produk yang ditawarkan. Minat beli ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan harus diperkenalkan terlebih dahulu kepada konsumen dengan cara meningkatkan brand image dan brand awareness sehingga produk akan dikenal, diminati dan akhirnya dibeli oleh konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image (X1) dan brand awareness (X2) terhadap keputusan pembelian (Y2) melalui minat beli (Y1) konsumen PT. Nusantara Sakti Semarang. Tipe penelitian ini menggunakan explanatory research dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan alat pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dan non probability sampling. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden di Kota. Teknis analisis menggunakan uji instrumen, tabulasi silang, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, dan uji F dengan SPSS.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ( $Y_1$ ), dan *brand awareness* ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ( $Y_1$ ). Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *brand image* dan *brand awareness* secara bersama-sama terhadap minat beli dan Minat beli ( $Y_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y_2$ ). Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar PT. Nusantara Sakti untuk menguatkan konsep yang mana seperti tagline Honda Scoopy yaitu “Live Uniqlly Different” agar tidak terkesan tertinggal di pandangan konsumen dan untuk brand awareness dengan cara perusahaan terus meningkatkan pengenalan produk sepeda motor Honda Scoopy kepada konsumen lebih besar lagi seperti secara online.

---

Kata kunci : brand image, brand awareness, minat beli, keputusan pembelian

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND BRAND AWARENESS ON  
PURCHASE DECISIONS OF HONDA SCOOPY WITH PURCHASE  
INTEREST AS INTERVENING**

**(Case Study On Consumer PT. Nusantara Sakti Semarang)**

**Abstract**

Purchasing decisions can be influenced by a person's buying interest in a product offered. Nowadays companies compete to get consumer's heart to be interested in the product. Buying interest is heavily influenced by several factors. The product must be introduced to the consumer first. Companies can use a variety of ways to introduce their product, like increase their brand image and brand awareness so the product will be recognized, sought and eventually purchased by consumers.

This research is conducted to explain the influence of brand image and brand awareness on buying decisions of Honda Scoopy with buying interest as intervening variable. Type of this research is using explanatory research with data collection techniques through questionnaires and interviews. The sampling of this research amounted to 100 respondents in Semarang City. Technical analysis used instrument test, cross tabulation, simple linear regression, multiple linier regression, test t, and test F.

The results showed that brand image had a significant influence on buying interest (Y1), and brand awareness (X2) had a and significant influence on buying interest (Y1). The results also show that there is a significant influence between brand image and brand awareness together with interest in buying interest. Purchasing interest (Y1) has a significant influence on purchase decision (Y2).The suggestion of this research is to amplify the concept of Honda Scoopy and for brand awareness the company should do the marketing online.

---

Keywords: brand image, brand awareness, buying interest, purchase decision

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang berjudul **“Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Kasus Pada Konsumen PT. Nunsatara Sakti di Kota Semarang)**. Penulisan skripsi melibatkan banyak pihak yang telah membantu dengan doa, dukungan yang tulus dan ikhlas, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada kesempatan yang mulia ini, penulis ingin menyampaikan beberapa ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Sunarto, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dan dosen wali yang telah memberikan kesempatan serta dorongan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Agung Budiatmo, S.Sos. MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Dinalestari P, S.E, M.Si, Akt selaku dosen wali yang telah memberikan saran untuk penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Ibu dosen pengajar Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu dan membimbing serta mengarahkan penulis sehingga dapat melakukan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh responden konsumen sepeda motor Honda Scoopy di PT. Nusantara Sakti Semarang yang telah banyak membantu mengisi kuesioner dalam penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis, yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, Desember 2018

Kamilia Indah

NIM 14020214140127



## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>v</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.5 Kerangka Teori .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.1 <i>Brand</i> (Merek) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.1.1 <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.1.2 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.2 Minat Beli.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.3 Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.4 Pengaruh Antar Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.4.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.4.3 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.6 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.7 Hipotesis .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.8 Defini Konseptual.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.9 Definisi Operasional .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.10 Metode Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.1 Tipe Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.2 Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.2.1 Populasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.2.2 Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.4 Jenis dan Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.4.1 Jenis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.4.2 Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.5 Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.6 Skala Pengukuran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.7 Teknik Analisa Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.7.1 Analisa Kuantitatif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.7.2 Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

1.10.7.3	Uji Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.7.4	Koefesien Korelasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.7.5	Koefesien Determinasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.7.6	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.7.7	Analisis Regresi Linier Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.7.8	Uji Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.7.8.1	Uji t (Uji Signifikansi Parsial).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.7.8.2	Uji F.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.10.7.9	Uji Regresi 2 Tahap.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1</b>	<b>Gambaran Umum dan Sejarah PT. Nusantara Sakti Semarang.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2</b>	<b>Logo PT. Nusantara Sakti Semarang.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.3</b>	<b>Visi dan Misi PT. Nusantara Sakti Semarang.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.4</b>	<b>Lokasi PT. Nusantara Sakti Semarang.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.5</b>	<b>Bidang Usaha PT. Nusantara Sakti Semarang.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.1	Produk PT. Nusantara Sakti Semarang.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.6</b>	<b>Struktur Organisasi PT. Nusantara Sakti Semarang.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.7</b>	<b>Identitas Responden.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7.2	Responden Berdasarkan Umur.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7.3	Responden Berdasarkan Status Marital.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7.4	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7.5	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7.6	Responden Berdasarkan Penghasilan Rata-Rata Per Bulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7.7	Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menggunakan Sepeda Motor.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ANALISIS DAN INTERPRETASI HASIL PENELITIAN</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.1</b>	<b>Uji Validitas dan Reliabilitas.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.1	Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1	Uji Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.2</b>	<b>Analisis Deskripsi Variabel.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1	Persepsi Responden Mengenai <i>Brand Image</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1.1	Honda Merupakan Perusahaan Dengan Reputasi Yang Baik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1.2	Bangga Menggunakan Sepeda Motor Honda Scoopy.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1.3	Sepeda Motor Honda Scoopy Merupakan Produk Yang Bercitra Baik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1.4	Kategorisasi Variabel <i>Brand Image</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1.5	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Citra Merek.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2	Persepsi Responden Mengenai <i>Brand Awareness</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

- 3.2.2.1 Tingkat Mudah Diingat Sepeda Motor Honda Scoopy **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.2.2 Tingkat Terkenal atau populernya Sepeda Motor Honda Scoopy ... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.2.3 Tingkat Mudah Ditemukan Sepeda Motor Honda Scoopy ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.2.4 Kategorisasi Variabel *Brand Awareness*. **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.2.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Brand Image **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.3 Persepsi Responden Mengenai Minat Beli .. **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.3.1 Stimulasi Terhadap Sepeda Motor Honda Scoopy **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.3.2 Ketertarikan Terhadap Sepeda Motor Honda Scoopy **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.3.3 Keinginan Terhadap Sepeda Motor Honda Scoopy **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.3.4 Kategorisasi Variabel Minat Beli ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.3.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Minat Beli .. **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.4 Persepsi Responden Mengenai Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.4.1 Pencarian Informasi Terhadap Sepeda Motor Honda Scoopy ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.4.2 Evaluasi Alternatif (Kebutuhan) Terhadap Sepeda Motor Honda .. **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.4.3 Evaluasi Alternatif (Penampilan) Terhadap Sepeda Motor Honda.. **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.4.4 Keyakinan Dalam Tindakan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.4.5 Keunggulan dan Keunikan Yang Dimiliki Sepeda Motor Honda Sc **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.4.6 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.3 Analisis Pengaruh *Brand Image* Terhadap Minat Beli **Error! Bookmark not defined.**
- 3.3.1 Analisis Tabel Silang ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.3.2 Koefisien Korelasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.3.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.3.4 Regresi Linier Sederhana ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.3.5 Uji Signifikansi Brand Image Terhadap Minat Beli **Error! Bookmark not defined.**
- 3.4 Analisis Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.4.1 Analisis Tabel Silang ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.4.2 Koefisien Korelasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.4.3 Koefisien Determinasi..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.4.4 Regresi Linier Sederhana ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.4.5	Uji Signifikansi Brand Awareness Terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
3.5	Analisis Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Analisis Tabulasi Silang	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Koefisien Korelasi	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
3.5.4	Regresi Linier Sederhana	Error! Bookmark not defined.
3.5.5	Uji Signifikansi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.6	Analisis Regresi Dua Tahap	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB IV</b>		Error! Bookmark not defined.
<b>PENUTUP</b>		Error! Bookmark not defined.
4.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
4.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>		Error! Bookmark not defined.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Nasional Sepeda Motor Tahun 2014 - 2017	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.2	Data Penjualan Sepeda Motor Honda Matik Tahun 2014 - 2017	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.3	Data Top Brand Award Sepeda Motor Matik Tahun 2014 -2017	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.4	Data Penjualan Sepeda Motor Honda Matik di PT. Nusantara	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.5	Data Penjualan Sepeda Motor Honda Scoopy di PT. Nusantara	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.6	Penelitian Terdahulu .....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.1	Jenis Kelamin Responden .....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.2	Umur Responden .....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.3	Status Marital Responden .....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.4	Pendidikan Terakhir Responden .....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.5	Pekerjaan Responden .....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.6	Penghasilan Per Bulan Responden .....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.7	Jangka Waktu Menggunakan Sepeda Motor Honda Scoopy	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1	Tabel Hasil Uji Validitas .....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2	Tabel Hasil Reliabilitas .....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3	Honda Merupakan Perusahaan Dengan Reputasi Yang Baik	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.4	Bangga Menggunakan Sepeda Motor Honda Scoopy	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.5	Sepeda Motor Honda Scoopy Produk Yang Bercitra Baik	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.6	Kategorisasi Variabel Brand Image.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.7	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Brand Image	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.8	Tingkat Mudah Diingat Sepeda Motor Honda Scoopy	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.9	Tingkat Popularitas Sepeda Motor Honda Scoopy	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.10	Tingkat Mudah Ditemukan Sepeda Motor Honda Scoopy	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.11	Kategorisasi Variabel Brand Awareness	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.12	Rekapitulasi Jawaban Mengenai Brand Awareness	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.13	Tingkat Stimulasi Terhadap Sepeda Motor Honda Scoopy	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.14	Tingkat Ketertarikan Terhadap Sepeda Motor Honda Scoopy	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.15	Tingkat Keinginan Terhadap Sepeda Motor Honda Scoopy	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.16	Kategorisasi Variabel Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.17	Rekapitulasi Jawaban Mengenai Variabel Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.18	Pencarian Informasi Terhadap Sepeda Motor Honda Scoopy	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.19	Evaluasi Alternatif (Kebutuhan) Terhadap Sepeda Motor Honda	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.20	Evaluasi Alternatif (Penampilan) Terhadap Sepeda Motor Honda	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.21	Keyakinan Dalam Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.22	Tindakan Dalam Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Dengan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.23	Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.24	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.25	Tabulasi Silang Brand Image Terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.26	Hasil Uji Korelasi Brand Image Terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.27	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Brand Image Terhadap Minat	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.28	Tabulasi Silang Brand Awareness Terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.29	Hasil Uji Korelasi Brand Awareness Terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.30	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Brand Awareness	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.31	Tabulasi Silang Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.

**Tabel 3.32 Hasil Uji Korelasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian**Error! Bookmark not defined.  
**Tabel 3.33 Hasil Uji Regresi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian**Error! Bookmark not defined.  
**Tabel 3.34 Uji F (Kecocokan Model) .....**Error! Bookmark not defined.  
**Tabel 3.35 Hasil Uji Hipotesis Model Regresi Pertama**Error! Bookmark not defined.  
**Tabel 3.36 Hasil Uji Hipotesis Model Regresi Kedua**Error! Bookmark not defined.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1	Tingkatan Brand Awareness .....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1 2	Lima Tahap Proses Pembelian .....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1 3	Hubunga Antar Variabel .....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1 4	Kurva Uji t .....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2 1	Logo PT. Nusantara Sakti.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2 2	Struktur Organisasi PT. Nusantara Sakti	Error! Bookmark not defined.
	defined.	
Gambar 3 1	Hasil Uji t.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3 2	Hasil Uji t.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3 3	Hasil Uji t Hipotesis .....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3 4	Model Regresi 2 Tahap .....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3 5	Kurva Uji F .....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3 6	Model Regresi 2 Tahap .....	Error! Bookmark not defined.

