

## **ABSTRAK**

# **PENGARUH IKLAN DAN MEREK SEPEDA MOTOR HONDA TERHADAP MINAT BELI**

**Studi kasus pada dealer PT. Asli Motor Klaten**

**Ignasius Hermawan**

**Universitas Sanata Dharma**

**Yogyakarta**

**2003**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan merek sepeda motor Honda secara individu terhadap minat beli.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, wawancara dan kepustakaan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 60 responden dengan metode accidental sampling. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis koefisien korelasi product moment untuk mengetahui hubungan antara iklan dan merek secara individu terhadap minat beli.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa sebagian responden yang membeli sepeda motor Honda adalah pria (63,33%), dengan tingkat umur 36-40 tahun (25%), tingkat pendidikan SMU/sederajat (46,66%), pegawai swasta dan wiraswasta masing-masing sebesar (40%), tingkat pendapatan Rp. 501.000 – Rp. 751.000. (45%). Perhitungan koefisien korelasi dari variabel merek, variabel iklan dengan variabel minat beli secara individu sebesar 0,138 dan 0,161, mempunyai arti bahwa korelasi sangat rendah dan setelah dilakukan uji hipotesis maka dianggap tidak mempunyai arti.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF ADVERTISEMENT AND BRAND OF HONDA MOTOR CYCLE TOWARD THE INTEREST TO BUY**

**A case study at PT Asli Motor Klaten**

**Ignasius Hermawan**

**Sanata Dharma University**

**Yogyakarta**

**2003**

This research aimed to find out the influence of advertisement and brand of Honda motor cycle individually toward the interest to buy.

The technique of data gathering in this study were questionnare,interview, and literature study. This research used 60 respondents taken by accidental sampling method. Product moment correlation coefficient was used to find out the relationship between advertisement and trademark individually toward the interest to buy.

This research found out that many respondents who bought Honda motor cycle were man (63,33%), aged from 36 – 40 years old (25%), senior high school graduates (46,66%), employees and entrepreneur 40% each, earned between Rp. 501.000,00 and Rp. 751.000,00 (45%). The correlation coefficient between trademark, advertisement variables and the interest to buy result 0,138 and 0,161, meaning that there was no significant relationship between trademark,advertisement and the interest to buy the product.