

**PENGARUH *BRAND IMAGE* YAMAHA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
BAHANA MOTOR BANDAR JAYA LAMPUNG TENGAH**

**IGNASIUS YUDA PRAKASA**

**20612010050**

**ABSTRAK**

Pada penelitian terjadi permasalahan pada PT Bahana Motor Bandar Jaya Lampung Tengah, ditandai dengan penurunan penjualan akibat adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas produk yang dimana terjadi pemborosan bahan bakar dan kerusakan mesin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan *Brand Image* terhadap minat beli konsumen. Populasi yang digunakan adalah konsumen pada PT Bahana Motor Bandar Jaya Lampung Tengah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *nonprobability sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 sampel responden. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *Brand Image* sebagai variabel bebas dan variabel minat beli konsumen sebagai variabel terikat. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu  $12,907 > 1,660$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga disimpulkan bahwa *Brand Image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa persentase pengaruh *Brand Image* terhadap minat beli konsumen adalah sebesar 70,7% sementara sisanya sebesar 29,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel selain konsumen pada PT Bahana Motor Bandar Jaya Lampung Tengah dan dapat menggunakan variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti seperti periklanan, kelengkapan produk, harga, personal selling dan lain sebagainya yang berkaitan dengan minat beli konsumen.

**Kata Kunci : Brand Image, Minat Beli**