



ABSTRAK

PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Manggala Sakti, Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir)

BENI PRADANA

11371104074

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Persepsi Konsumen Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Manggala Sakti, Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir). Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Manggala Sakti, Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 90 orang responden. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan analisis linear berganda. Dari hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = 10.793 + 0,283X_1 + 0,295X_2 + e$. Berdasarkan uji parsial variabel iklan dan citra merek memiliki pengaruh secara parsial terhadap persepsi konsumen. Dan berdasarkan uji simultan variabel iklan dan citra merek memiliki pengaruh secara simultan terhadap persepsi konsumen pada Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Manggala Sakti, Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir). Selanjutnya besar pengaruh variable independent (iklan dan citra merek) terhadap variable dependent (persepsi konsumen) adalah sebesar 57,3%.

Kata Kunci : Iklan Citra Merek dan persepsi Konsumen