

ABSTRAK

AMBO ULENG. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap *Brand Image* Mobil Datsun Go Panca di PT. Wahana Megahputra Makassar Cabang Pettarani, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, Dibimbing oleh Pembimbing I Moh. Aris Pasigai dan Pembimbing II Nasrullah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan bauran pemasaran dan *brand image* terhadap minat beli mobil Datsun Go Panca pada PT. Wahana Megahputra Makassar Cabang Pettarani.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan, kuesioner, dan dokumen. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *incidental sampling*. Jumlah sampel 93 responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan statistik. Untuk menjelaskan deskripsi penelitian yang berkaitan dengan hipotesis analisis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, dan uji T yang pengolahannya dilakukan dengan program SPSS versi 23.

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa nilai t_{hitung} bauran pemasaran yaitu 6,592 lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 2,000 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan bauran pemasaran terhadap minat beli mobil Datsun Go Panca. Dan nilai t_{hitung} *brand image* yaitu 2,792 lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 2,000 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *brand image* terhadap minat beli mobil Datsun Go Panca.

Kata kunci : bauran pemasaran, *brand image*, minat beli

ABSTRACT

AMBO ULENG. 2018. *Effect of Marketing Mix Against Brand Image Datsun Go Panca Car at PT. Wahana Megahputra Makassar Branch Pettarani, Thesis Management Studies Program Faculty of Economics and Business University of Muhammadiyah Makassar, Guided by Supervisor I Moh. Aris Pasigai and Advisor II Nasrullah.*

This study aims to determine the significant effect of marketing mix and brand image on the interest in buying a car Datsun Go Panca at PT. Wahana Megahputra Makassar Pettarani Branch.

Data collection techniques in this study are field research, questionnaires, and documents. The type of this research is descriptive quantitative using sampling technique that is incidental sampling. The sample size is 93 respondents. The data obtained were analyzed using statistic. To explain the description of research related to the hypothesis of analysis by using the validity test, reliability test, multiple regression analysis, and T test, the processing is done with SPSS version 23 program.

The test results show that the marketing mix is 6,592 bigger than the ttable ie 2,000 with the significance level of 0.000. Therefore, it can be concluded that there is a significant influence of the mix of pemsaran on the buying interest of Datsun Go Panca cars. And the value of titung brand image is 2.792 larger than the ttable is 2,000 with a significance level of 0.006. Therefore, it can be concluded that there is a significant influence of brand image on the interest in buying cars Datsun Go Panca.

Keywords: marketing mix, brand image, buying interest