

ABSTRAK

RESKI NOVITASARI, Tahun 2019 Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap Minat Beli Mobil Mitsubishi pada PT Makassar Mandiri Putra Utama di Sulawesi Selatan, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Moh. Aris Pasigai, dan Pembimbing II Samsul Rizal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan brand image, baik secara parsial maupun secara simultan terhadap minat beli mobil Mitsubishi pada PT Makassar Mandiri Putera Utama. Lokasi Penelitian berlokasi di kantor PT Mitsubishi Motors Cabang Alauddin yang beralamat di Jl. Sultan Alauddin No.193, Makassar, Sulawesi Selatan.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen minat Mitsubishi pada PT Makassar Mandiri Putera Utama. Dengan menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel maka ditentukan sampel sebanyak 64 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji parsial, uji simultan, dan koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS IBM *Statistics* 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan promosi dan brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mobil Mitsubishi pada PT Makassar Mandiri Putera Utama. Hasil koefisien determinasi (R^2) adalah 78,1%, yang berarti promosi dan brand image memiliki pengaruh sebesar 78,1% terhadap

Kata Kunci : Promosi, Brand Image, dan Minat Beli.

ABSTRACT

RESKI NOVITASARI, 2019 The Effect of Promotion and Brand Image on the Interest in Buying a Mitsubishi Car at PT Makassar Mandiri Putra Utama in South Sulawesi, Thesis Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Supervisor I Moh. Aris Pasigai, and Supervisor II Samsul Rizal.

This study aims to determine the effect of promotion and brand image, both partially and simultaneously on the purchase interest of Mitsubishi cars at PT Makassar Mandiri Putera Utama. Sultan Alauddin No.193, Makassar, South Sulawesi.

The population in this study were all consumers of Mitsubishi's interest in PT Makassar Mandiri Putera Utama. By using the Slovin formula in determining the number of samples, a sample of 64 respondents was determined. Analysis of the data used in this study is the validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, partial test, simultaneous test, and the coefficient of determination using SPSS IBM Statistics 25.

The results of this study indicate that partially and simultaneously promotion and brand image have a positive and significant effect on buying interest of Mitsubishi cars at PT Makassar Mandiri Putera Utama. The result of the coefficient of determination (R^2) is 78.1%, which means promotion and brand image has an effect of 78.1% on

Keywords: Promotion, Brand Image, and Purchase Interest.