

## ABSTRAK

Populasi sepeda motor di Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di dunia, sejajar dengan China dan India, serta lebih besar dari Eropa dan Amerika, khususnya untuk jenis sepeda motor *scootic*. Sebagai barang komplementer atau barang pelengkap dari sepeda motor *scootic* yang mendominasi jumlah kendaraan bermotor masyarakat Indonesia, oli pelumas sepeda motor *scootic* merupakan pasar yang sangat potensial. Karena permintaan terhadap oli pelumas *scootic* akan meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penjualan sepeda motor *scootic*. Penelitian ini yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* Dan Iklan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Evalube *Scootic* YX Dan HX Studi Pada Pengguna Motor *Scootic* Di Bandung”, bertujuan meneliti pengaruh antara *Brand Image* dan Iklan terhadap Niat Beli Konsumen produk Evalube *Scootic* YX dan HX. Metode dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan survei. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling dan judgment sampling*. Dengan sampel sebanyak 200 responden yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang telah melalui uji asumsi klasik untuk menguji kelayakan model regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable *Brand Image* dan Iklan berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen.

***Kata Kunci : Brand Image, Iklan, Niat Beli Konsumen***

## **ABSTRACT**

*The population of motorcycles in Indonesia is one of the largest in the world, parallel to China and India, as well as larger than Europe and America, especially for the type of motorscooter. As a complementary item of motorscooter that dominates the number of motor vehicles of Indonesia, motorscooter lubricant is a very potential market. Because the demand for lubricant will increase along with increasing number the population of motorscooter in Indonesia. This research entitled “The Influence of Brand Image And Advertising Toward Consumer Purchase Intention (Case Study: Evalube Scootic YX And HX in Bandung)”, aims to examine the effect of Brand Image and Advertising on the Consumer Purchase Intention of Evalube Scootic YX and HX products. This research method is descriptive and survey method. Sampling technique in this research is the method of non probability sampling and judgment sampling. With the number of samples of 200 respondents who have been tested the validity and reliability. The data analysis technique used is multiple linear regression which has passed the classical assumption test to test the feasibility of regression model. Result of hypothesis test show that Brand Image variable have positive effect to consumer purchase intention. While the variable of advertising have positive effect to consumer purchase intention.*

**Keywords : Brand Image, Advertising, Consumer Purchase Intention**