

**PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA di DEALER AKUR MOTOR
PRINGSEWU LAMPUNG**

***THE INFLUENCE OF ELEMENT BRAND EQUITY ON TOWARDS BUYING
DECISION HONDA MOTORCYCLES IN DEALER AKUR MOTORCYCLES
PRINGSEWU LAMPUNG***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

YANUAR WISMANTO

20120410183

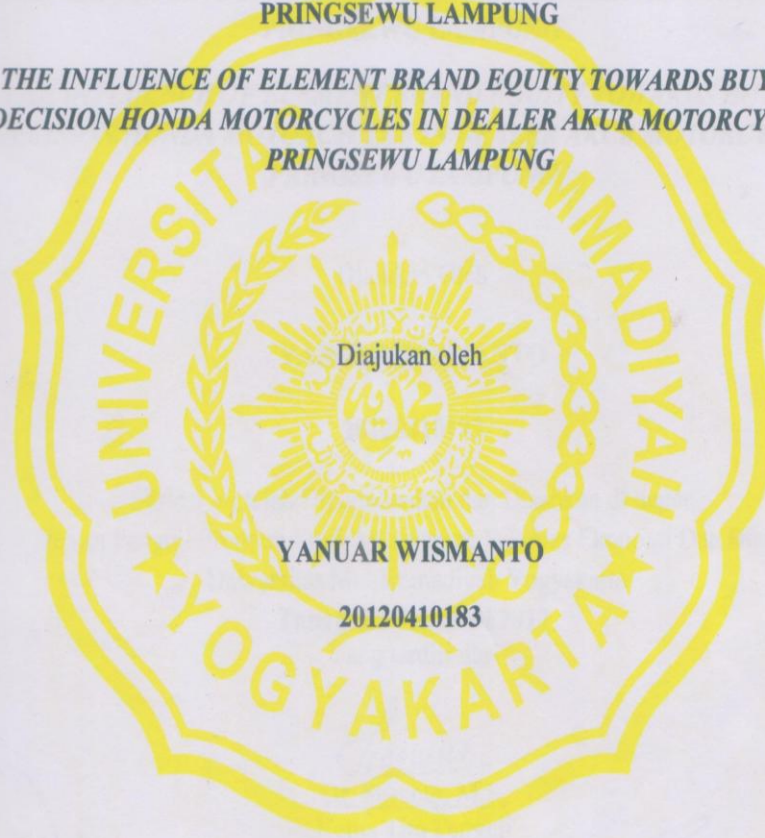
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

SKRIPSI

**PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI DEALER AKUR MOTOR
PRINGSEWU LAMPUNG**

***THE INFLUENCE OF ELEMENT BRAND EQUITY TOWARDS BUYING
DECISION HONDA MOTORCYCLES IN DEALER AKUR MOTORCYCLES
PRINGSEWU LAMPUNG***



Diajukan oleh

YANUAR WISMANTO

20120410183

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Susanto', is written over a horizontal line.

Dr. Susanto, M.S.

Tanggal, 8 Februari 2017

195212231980031003

SKRIPSI

**PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI DEALER AKUR MOTOR
PRINGSEWU LAMPUNG**

***THE INFLUENCE OF ELEMENT BRAND EQUITY TOWARDS BUYING
DECISION HONDA MOTORCYCLES IN DEALER AKUR MOTORCYCLES
PRINGSEWU LAMPUNG***

Diajukan Oleh


YANUAR WISMANTO

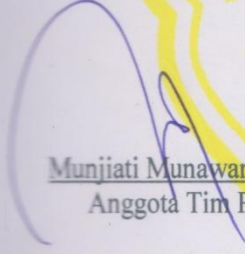
20120410183


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 8 Februari 2017

Yang terdiri dari

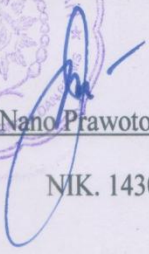

Dr. Susanto, M.S.
Ketua Tim Penguji


Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji


Dr. Siti Dyah Handayani, MM.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Dr. Nano Prawoto, SE., M.Si.

NIK. 143016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Yanuar Wismanto

Nomor mahasiswa : 20120410183

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA di DEALER AKUR MOTOR PRINGSEWU LAMPUNG”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 8 Februari 2017

Yanuar Wismanto

MOTTO

“Mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan shalat”
(Al-Baqarah : 153)

“Sesungguhnya sesudah ada kesulitan itu akan datang kemudahan, maka apabila kamu telah selesai urusanmu kerjakanlah dengan sungguh-sungguh yang lainnya dan kepada Tuhanmu hendaknya kamu limpahkan segala harapan.

(Al-Insyirah : 6-8)

“Pelajarilah ilmu karena sesungguhnya jika engkau memiliki harta maka ilmu akan menjadi kecantikanmu, dan jika engkau tak punya harta maka ilmu akan menjadi hartamu”
(Al Hadist)

“Perilakumu yang menjelaskan pribadimu,
bukan rupa atau penampilanmu”
(A. Mustofa Bisri)

“Kebahagiaan bukanlah apa yang anda miliki, siapa diri anda, dimana anda berada atau apa yang anda lakukan, tetapi ditentukan oleh apa yang anda pikirkan”
(Dale Carnegir)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati, skripsi ini ku persembahkan kepada:

Bapak dan Ibu

Terima kasih atas semua kasih sayang, dukungan, motivasi serta do'a-doanya yang senantiasa selalu dipanjatkan demi keberhasilan dan kesuksesanku

(tanpa beliau aku bukan apa-apa)

Kakak dan adik

Yang senantiasa memberikan motivasi dan membantu dengan do'a hingga terselesainya skripsi ini

Seseorang yang terindah, dengan penuh kesabaran dan kesetiaan selalu mendampingi dan memotivasiku untuk selalu semangat dan tersenyum dalam menyelesaikan skripsi ini

Sahabat-sahabatku, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tiada kata terucap selain terima kasih yang sebesar-besarnya karena tanpa dukungan dan bantuannya, penyusun tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh elemen ekuitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada Dealer AHASS Akur Motor Pringsewu. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner (primer). Temuan penelitian menunjukkan bahwa elemen ekuitas merek yang terdiri atas variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek secara serentak (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

Uji Parsial (Uji t) diperoleh bahwa variabel kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel asosiasi merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebesar 51,3% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independennya sedangkan sisanya 48,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of brand equity on consumer's decision making at Honda Dealer AHASS Akur Motor Pringsewu. Data used in this research were obtained from questionnaires (primary. Research findings show that the variables of brand equity which are brand awareness, brand association, perceived quality, and brand loyalty simultaneously significantly affect the consumer's decisions making of Honda Dealer AHASS Akur Motor pringsewu.

Partial Test (t Test) found that brand awareness variables significant affect on consumer's decisions making, brand association variables significantly affect the consumer's decisions making, perceived quality variables significantly affect consumer's decisions making and brand loyalty variables significantly affect the consumer's decisions making. 51,3% of the consumer's decisions making variables can be explained by the indipendent variables while the remaining 48,7 % is explained by other variables outside of this research

Key words: Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena hanya dengan Ridho dan kemudahannya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA di DEALER AKUR MOTOR PRINGSEWU LAMPUNG". Sholawat serta salam tak lupa penulis selalu curahkan kepada Rasulullah SAW, teladan bagi umat di muka bumi ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan tentang ekonomi, khususnya manajemen keuangan, karena sebelum menginvestasikan dananya perusahaan tersebut bisa melihat kondisi dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan tersebut agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, MSi. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Dr. Susanto, M.S. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah banyak membantu penulis dengan penuh kesabaran, memberikan masukan dan bimbingan yang bermanfaat selama proses penyelesaian skripsi.

3. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah banyak memberikan pengarahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Mas Heru dan segenap kariawan dealer Akur Motor Pringsewu yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di dealer Akur Motor Pringsewu, Lampung.
5. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 8 Februari 2017

Yanuar Wismanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. <i>Grand Theory</i>	9
a. Hubungan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelia	12
b. Hubungan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian	13
c. Hubungan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelia	13

d.	Hubungan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian	14
2.	Pengertian Merek	14
3.	Ekuitas Merek	15
4.	Elemen-elemen Ekuitas Merek	16
a.	Kesadaran Merek	16
b.	Asosiasi Merek	17
c.	Persepsi Kualitas	18
d.	Loyalitas Merek	19
e.	Keputusan Pembelian.....	20
B.	Penelitian Terdahulu	23
C.	Hipotesis	24
1.	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.	Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian	25
3.	Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian	25
4.	Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian	26
D.	Model Penelitian	27
BAB III	METODE PENELITIAN	28
A.	Obyek Dan Subyek Penelitian	28
B.	Jenis Dan Sumber Data	28
C.	Populasi Dan Sampel	29
D.	Teknik Pengambilan Sampel	29
E.	Teknik Pengumpulan Data	30
F.	Identifikasi Variabel	31
1.	Variabel Bebas	31
2.	Variabel Terikat	32
G.	Definisi Operasional Variabel	32
1.	Kesadaran Merek	32
2.	Asosiasi Merek	33
3.	Persepsi Kualitas	33
4.	Loyalitas Merek	34
5.	Keputusan Pembelian	35
H.	Pengujian Instrumen.....	36
1.	Uji Validitas	36
2.	Uji Reliabilitas	37
I.	Analisis Data Dan Uji Hipotesis	39
1.	Analisis Deskriptif	39

2.	Uji Asumsi Klasik	40
a.	Uji Normalitas	40
b.	Uji Multikolinearitas	40
c.	Uji Heteroskedastisitas	41
3.	Regresi Berganda	41
a.	Uji f (Uji Serempak)	43
b.	Uji t (Uji Parsial)	43
c.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A.	Gambaran Umum Obyek Perusahaan	44
1.	Sejarah Berdirinya Perusahaan	44
2.	Perkembangan Perusahaan.....	45
3.	Lokasi Perusahaan.....	47
4.	Tenaga Kerja	47
5.	Organisasi	47
6.	Kegiatan Perusahaan	50
B.	Karakteristik Responden	52
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	55
C.	Uji Kualitas Instrumen Dan Data	55
1.	Uji Validitas	55
2.	Uji Realibilitas	58
3.	Uji Asumsi Klasik	59
a.	Uji Normalitas	60
b.	Uji Multikolinearitas	61
c.	Uji Heteroskedastisitas	62
D.	Hasil Pengujian (Uji Hipotesis)	63
1.	Regresi Linier Berganda	63
a.	Uji f (Simultan)	63
b.	Uji t (Parsial)	64
c.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
E.	Pembahasan (Interpretasi)	66
BAB V	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	69

A. Simpulan	69
B. Saran	70
C. Keterbatasan Penelitian	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Sepeda Motor dalam Unit	4
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	55
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek	56
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Asosiasi Merek	56
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas	57
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek	57
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.12. Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.13. Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.14. Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
Tabel 4.15. Hasil Uji f (Simultan)	63
Tabel 4.16. Hasil Uji t (Parsial)	64
Tabel 4.17. Hasil Uji Koefisie Determinasi R^2	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model <i>Brand Equity</i>	10
Gambar 2.2. Model Pengambilan Keputusan	12
Gambar 2.3. Tahapan Pembelian	21
Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran Teori	27