

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA OJEK ONLINE GOJEK PADA  
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF BRAND EQUITY TOWARD  
PURCHASE DECISION OF GOJEK ONLINE TAXI BIKE SERVICE  
ON THE STUDENT OF MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA UNIVERSITY***

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**WAFID MUTARRIF**

**20140410402**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Wafid Mutarrif

Nomor Mahasiswa : 20140410402

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **“PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA OJEK ONLINE GOJEK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA”** 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 pihak 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, 28 April 2018

Wafid Mutarrif



## **MOTTO**

*“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.” (Q.S Al-Insyirah: 6)*

*“Ingatlah hanya dengan mengingat Allah lah hati menjadi tenang.” (Q.S Ar-Ra’d: 28)*

*“Sesungguhnya kami milik Allah, dan kepada-Nya lah kita semua kembali.” (Q.S Al-Baqarah: 156)*

*“Dan kehidupan dunia ini tidak lain hanyalah kesenangan yang menipu.” (Q.S Al-Hadid: 20)*

## **PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini dipersembahkan untuk...*

*Bapak (alm) dan Ibu*

*Mbakku*

*(Calon) pendamping hidupku*

*Dan tak lupa untuk kampusku*

*Tercinta...*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunian-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Equity* terhadap keputusan pembelian jasa ojek online Gojek pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.”. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabatnya, hingga kepada umatnya di akhir zaman, aamiin.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Dr. Rizal Yaya S.E., M.Sc., AK, CA yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi dan penelitian di jurusan Manajemen.

3. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., M.M. selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan memberikan masukan dengan sabar, tulus, dan ikhlas selama penulis menyelesaikan karya tulis ini.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari adanya kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, diharapkan kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 28 April 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PEERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I       PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II       TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu .....	13
C. Hipotesis.....	17
D. Model Penelitian .....	20
BAB III      METODE PENELITIAN .....	21
A. Objek/Subjek Penelitian.....	21
B. Jenis Data .....	22
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	22
D. Teknik Pengumpulan Data.....	22
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	23
F. Uji Kualitas Instrumen .....	27
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	27

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	30
	B. Uji Kualitas Instrumen .....	32
	C. Hasil Penelitian .....	34
	D. Pembahasan .....	38
BAB V	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	
	PENELITIAN.....	41
	A. Simpulan .....	41
	B. Keterbatasan Penelitian.....	42
	C. Saran.....	42
	DAFTAR PUSTAKA .....	44
	LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

4.1 Karakteristik Responden .....	31
4.2 Uji Validitas .....	32
4.3 Uji Reliabilitas .....	34
4.4 Hasil Analisis Linier Berganda .....	35
4.5 Hasil Uji F.....	36
4.6 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	37

## **DAFTAR GAMBAR**

1.1 Survey Pengguna Ojek Online oleh YLKI.....	2
1.2 Survey Pengguna Ojek Online oleh Sharing Vision .....	3
2.1 Piramida Brand Awareness .....	10