

**PENGARUH EKUITAS MEREK  
SEPEDA MOTOR HONDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus di Kota Yogyakarta)**

*The Effect of Brand Equity  
Honda Motorcycle toward Purchasing Decisions  
(Case Studies in Yogyakarta)*

**SKRIPSI**



Disusun oleh :

**ANDI YUSFIKAL  
20070410041**

**JURUSAN MANAJEMAN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2014**

**PENGARUH EKUITAS MEREK  
SEPEDA MOTOR HONDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus di Kota Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

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

Yogyakarta

Disusun oleh :

**ANDI YUSFIKAL**  
**20070410041**

**JURUSAN MANAJEMAN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2014**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH EKUITAS MEREK**  
**SEPEDA MOTOR HONDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**(Studi Kasus di Kota Yogyakarta)**

Diajukan oleh

**ANDI YUSFIKAL**  
**20070410041**

Telah disetujui Dosen Pembimbing

  
Dr. Siti Dyah Handayani, M.M.

Tanggal 26 April 2014

NIK: 143 012

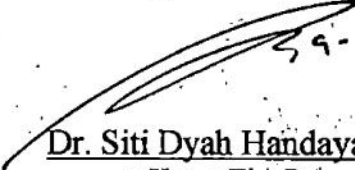
**SKRIPSI**  
**PENGARUH EKUITAS MEREK**  
**SEPEDA MOTOR HONDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**(Studi kasus di Kota Yogyakarta)**


Diajukan oleh :  
ANDI YUSFIKAL  
20070410041

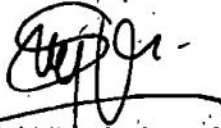
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 26 April 2014

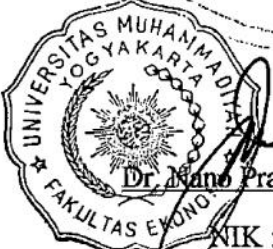
Yang terdiri dari :

  
Dr. Siti Dyah Handayani, M.M  
Ketua Tim Penguji

  
Fauziyah, SE., M.Si  
Anggota Tim Penguji

  
Rr. Sri Handari W., SE.Si  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
Dr. Momo Prawoto, S.E., M.Si  
NIK : 143.016

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Andi Yusfikal

Nomor Mahasiswa : 20070410041

Menyatakan skripsi ini dengan judul :

**“ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK SEPEDA MOTOR HONDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus di Kota 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 orang lain, kecuali 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 26 April 2014



Andi Yusfikal

Kesuksesan bukanlah segampang membayangkan, menyERAH bukanlah jalan yang baik untuk diikuti, tapi berjuanglah semampu kamu. Kesuksesan hanyalah milik orang yang amat gigih mengubah dirinya menjadi lebih baik, dan tidak akan terjadi perubahan kecuali pada orang yang berani melihat kekurangan pada dirinya sendiri.

(Khalid Gibran)

Kemungkinan hari ini bukan kemenangan esok hari, Kegagalan hari ini bukan berarti kegagalan esok hari, Tak ada yang jatuh secara Cuma-Cuma, semua harus dilalui dengan usaha dan doa. Hidup adalah perjuangan dan Tujuan.

(QS. Al-Baqoroh: 45-46)

Jadikanlah sabar dan solat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu berat kecuali bagi orang-orang yang fuisuf. (yaitu) orang-orang yang meyakini, bahwa mereka akan menemui Tuhannya, dan bahwa mereka akan kembali kepadanya.

(QS. Alam Nasyrah 6-8)

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apa bila kamu telah selesai (dari suatu urusan) maka kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain), dan kepada Allah hendaklah kamu berharap"

**MOTTO**

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi ini sehingga bisa terselesaikan. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu tugas akhir ini kupersembahkan kepada:

- ✦ Bapak (Almarhum) dan Ibu tercinta yang telah memberikan do'a dan kasih sayang yang tulus, ikhlas dan menghantarkan dan merai kesarjanaan ini. Hanya do'a yang dapat aku berikan untuk bapak (almarhum) dan ibu.
- ✦ Pamanku, kakakku serta adik-adik ku, makasih atas semua do'a, dukungan, perhatian dan nasehat selama aku kulya dan menyelesaikan studi.
- ✦ Nuraini, makasih atas perhatian, dukungan, motivasi dan kasih sayang yang diberikan, semoga KTI nya cepat selesai.
- ✦ Teman-teman Manajemen yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga teman-teman sukses selalu.
- ✦ Teman-teman *Community ABSTRAK* yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan, persahabatan, kekeluargaanya ( jaga selalu keluarga ini karena disini tempat saling berbagi, senang serta duka, semoga teman-teman sukses
- ✦ Teman-teman Ikatan Pelajar Mahasiswa Riau Kabupaten Pelalawan (IPMR-KP) Yogyakarta, yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga teman sukses semua, jaga selalu Organisasi, bangun kekeluargaan, dan terima kasih atas dukungan teman-teman semua.
- ✦ Agok, Duan dan Angga (jangan main terus, kerjakan skripsi) Afrizal jangan main dan tidur terus, rajin-rajin kulya, karena penyesalan bukan sekarang tapi terakhir,
- ✦ Semua pihak yang tidak dapat aku sebutkan satu persatu terima kasih atas semua do'a dan dukungannya.

## INTISARI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda, pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda, pengaruh asosiasi merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda, pengaruh loyalitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda, dan pengaruh ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian pelanggan sepeda motor Honda yang berada di 14 kecamatan kota Yogyakarta dengan jumlah populasi 100 orang. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Regresi Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan, jika kesadaran merek meningkat, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan. Variabel persepsi kualitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan, jika persepsi kualitas meningkat, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan. Variabel asosiasi merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan, jika asosiasi merek meningkat, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan. Variabel loyalitas merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan, jika loyalitas merek meningkat, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan. Bahwa variabel kesadaran merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan, jika kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek, dan persaingan kerja meningkat, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan.

Kata Kunci : Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian.



## ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze and explain the effect of brand awareness on the purchase decisions of Honda motorcycles, the effect of perceived quality on purchase decisions of Honda motorcycles, brand associations influence the purchasing decisions of Honda motorcycles, brand loyalty influence on purchase decisions of Honda motorcycles, and the effect of brand equity consists of brand awareness, impression quality, brand associations and brand loyalty to the purchasing decision of Honda motorcycles. In this study the sample taken is partly Honda motorcycle customers who are in the 14 districts of Yogyakarta city with a population of 100 people. Analytical tool in this study using multiple regressions. The results showed that brand awareness variables have a significant influence on purchasing decisions. It can be interpreted, if increasing brand awareness, it will have increased purchasing decisions. Variables perceived quality has a significant influence on purchasing decisions. It can be interpreted, if the perceived quality increases, the purchasing decision will increase. Variables brand associations have a significant influence on purchasing decisions. It can be interpreted, if the brand association increases, the purchasing decision will increase. Brand loyalty variables have a significant influence on purchasing decisions. It can be interpreted, if the brand loyalty increases, the purchasing decision will increase. Variables that brand awareness has significant influence on purchasing decisions. It can be interpreted, if brand awareness, perceived quality, brand associations, brand loyalty, and job competition increases, the purchasing decision will increase.

Keywords : Brand Equity, Purchase Decision.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Sepeda Motor Honda Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus di Kota Yogyakarta)

Penulisan ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa ada bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Nano Prawoto. SE.M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Retno Widowati PA, SE, PhD. Selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi.
4. Seluruh staf, dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan motivasi atas penyelesaian skripsi ini.

Semoga bimbingan dan bantuan yang diberikan kepada penulis mendapat balasan pahala yang setimpal dari Allah SWT. Akhirnya penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Yogyakarta 26 April 2014



Andi Yusfikal

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI .....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah Penelitian .....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian.....	10

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori .....	11
a. Pengertian Ekuitas Merek .....	11
b. Faktor-Faktor yang membentuk Ekuitas Merek .....	12
c. Keputusan Pembelian .....	15
B. Penelitian Terdahulu .....	18
C. Hipotesis .....	24
D. Kerangka Pemikiran .....	26

## BAB III METODE PENELITIAN

A. Obyek/Subyek Penelitian .....	28
B. Jenis Data .....	28
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	28
D. Teknik Pengumpulan Data .....	29
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	30
F. Uji Kualitas Instrumen .....	31
G. Uji Hipotesis dan Analisa Data .....	32

## BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penyebaran Kuesioner .....	39
B. Uji Kualitas Instrumen .....	40
C. Karakteristik Responden .....	42
D. Analisis Data .....	45

E. Pengujian Hipotesis .....	50
F. Pembahasan .....	53

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan .....	58
B. Keterbatasan Penelitian.....	58
C. Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	59
D. Saran Penelitian yang Mendatang.....	60

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produksi Sepeda Motor Di Indonesia .....	2
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian .....	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas item variabel Ekuitas Merek .....	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas item variabel keputusan pembelian .....	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	41
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan .....	43
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Kecamatan .....	44
Tabel 4.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Kecamatan .....	45
Tabel 4.8 Penilaian Responden terhadap Kesadaran Merek .....	45
Tabel 4.9 Penilaian Responden terhadap Persepsi Kualitas .....	46
Tabel 4.10 Penilaian Responden terhadap Asosiasi Merek .....	46
Tabel 4.11 Penilaian Responden terhadap Loyalitas Merek .....	47
Tabel 4.12 Penilaian Responden terhadap Keputusan Pembelian .....	47
Tabel 4.13 Hasil Regresi Linier Berganda Metode OLS .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 .....	27
------------------	----