

**ANALISIS PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA VARIO
DI KABUPATEN SRAGEN**



SKRIPSI

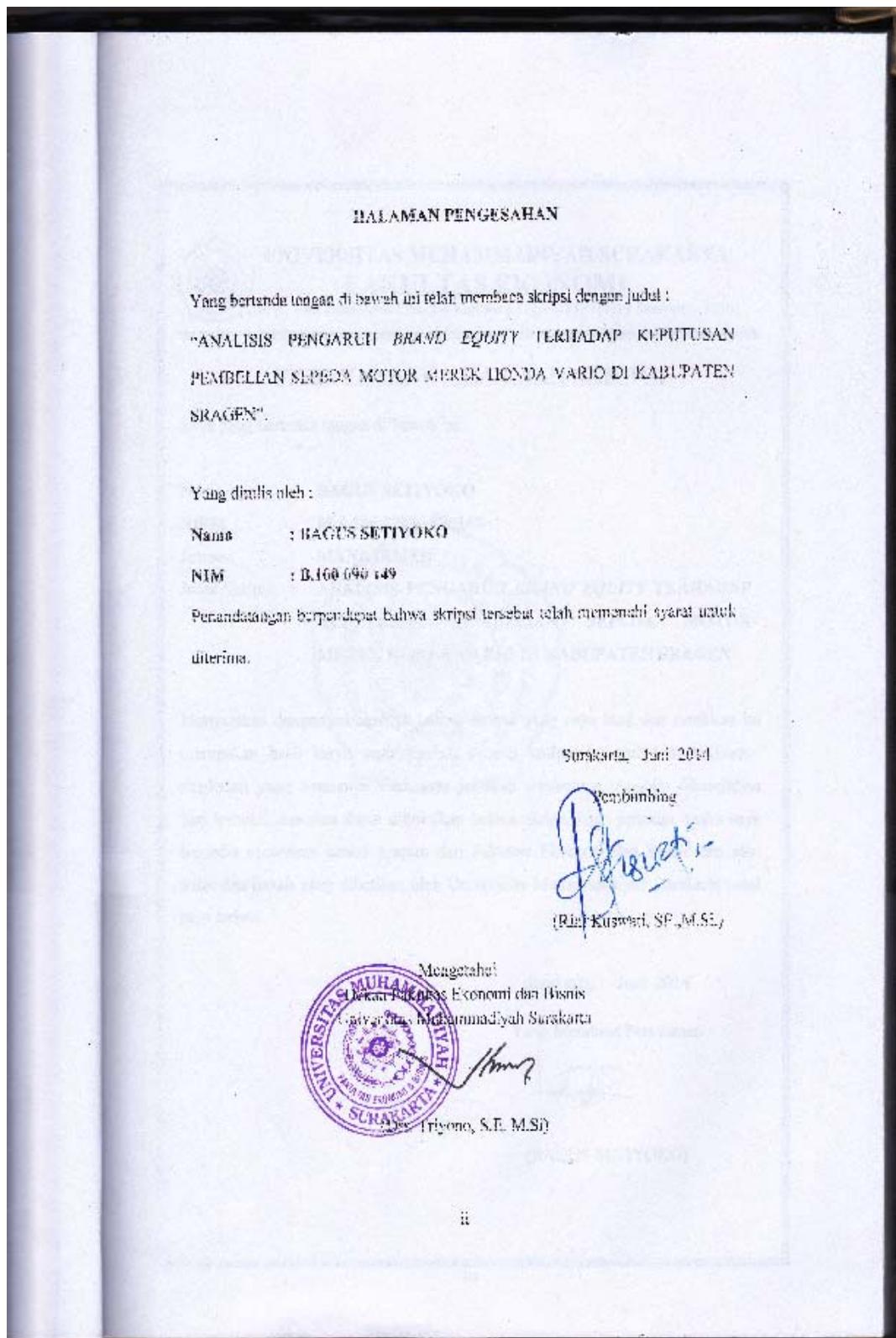
Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

BAGUS SETIYOKO
NIM. B.100 090 149

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014



 <p>UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA FAKULTAS EKONOMI Jl. A. Yani Tromol Pos I Palagan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102</p>
<p style="text-align: center;">PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</p> <p>Saya yang bertanda tangan di bawah ini :</p> <p>Nama : BAGUS SETIYOKO NIRM : 09.6.106.02016.090149 Jurusan : MANAJEMEN Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA VARIO DI KABUPATEN SRAGEN</p> <p>Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.</p> <p style="text-align: right;">Surakarta, Juni 2014</p> <p style="text-align: right;">Yang Membuat Pernyataan</p> <p style="text-align: right;"> (BAGUS SETTYOKO)</p>

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu pasti ada kemudahan, maka apabila
engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras
(untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”
(QS. Al-Insyirah: 6-8)

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan teruntuk :

- Bapak dan Ibunda yang telah mengisi dan mendidik aku sampai menjadi sekarang ini.
- Keluarga besarku, terima kasih atas partisipasi dan nasehatnya.
- Teman-teman seperjuangan jurusan Manajemen yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu
- Terima kasih yang tak terhingga ku ucapkan untuk semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu-persatu.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis sampaikan mohon maaf atas segala kekurangan yang ada dalam penulisan ini semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah serta karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “ANALISIS PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA VARIO DI KABUPATEN SRAGEN” sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini. Oleh karena itu dengan rasa tulus, ikhlas dan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, S.E, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Rini Kuswati, SE.,M.Si, selaku pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran serta kebijaksanaan dari awal sampai akhir.
4. Ibu Dra. Wuryaningsih, M.M., selaku pembimbing akademik yang telah memberikan saran, bimbingan, serta arahan yang bijaksana.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal dengan berbagai ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis.
6. Ibu dan Bapak tercinta terima kasih atas keringat, semangat, dan doa serta kasih sayangmu yang telah merawat dan membesarakan aku tanpa rasa letih,
7. Seluruh sahabat-sahabatku dan adik-adikku yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam meraih cita-cita.
8. Semua teman-teman kelas E angkatan 2009, terima kasih atas kebersamaannya.
9. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih terdapat kekurangan, maka penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta, Juni 2014

Penulis

BAGUS SETIYOKO

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAKSI	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi	7
 BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka	8
1. Pengertian Merek	8
2. Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	11
3. Keputusan Pembelian	14

B.	Tinjauan Penelitian Terdahulu	15
C.	Kerangka Pemikiran	19
D.	Hipotesis	20

BAB III. METODE PENELITIAN

A.	Populasi dan Sampel	25
B.	Teknik <i>Sampling</i>	22
C.	Sumber Data	23
D.	Metode Pengumpulan Data	23
E.	Definisi Operasional Variabel.....	24
F.	Metode Analisis Data.....	26

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A.	Deskripsi Responden	34
B.	Analisis Data.....	37
C.	Pembahasan Hasil Analisis Data	50

BAB V. PENUTUP

A.	Kesimpulan.....	54
B.	Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan jenis kelamin...	34
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan umur.....	34
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	35
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Pendapatan.....	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Asosiasi Merek	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek.....	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	39
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	40

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran.....	19
-------------------------------------	----

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh *brand equity* yang berupa kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek secara parsial terhadap keputusan pembelian; 2) Pengaruh *brand equity* yang berupa kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek secara simultan terhadap keputusan pembelian; 3) Pengaruh yang dominan antara *brand equity* yang berupa kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Vario di Kabupaten Sragen.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer. Sampel diambil sebanyak 100 orang pembeli dan pengguna sepeda motor merek Honda Vario di Kabupaten Sragen. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji signifikan simultan (Uji -F), uji signifikan parsial (Uji- t), dan *adjusted R Square*.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa : (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kesadaran merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Vario di Kabupaten Sragen; (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara asosiasi merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Vario di Kabupaten Sragen; (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Vario di Kabupaten Sragen; (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara loyalitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Vario di Kabupaten Sragen; (5) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kesadaran merek, persepsi tentang kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Vario di Kabupaten Sragen; (6) *Brand equity* pada loyalitas merek merupakan faktor yang paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Vario di Kabupaten Sragen.

Kata kunci : *Brand Equity, Keputusan Pembelian.*

