

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP PENJUALAN SEPEDA
MOTOR HONDA VARIO DI DEALER CENDANA MOTOR HONDA
PURWODADI**



SKRIPSI

Diajukan Utuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

SATRIA HADITAMA

B100100271

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

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP PENJUALAN SEPEDA
MOTOR HONDA VARIO DI DEALER CENDANA MOTOR HONDA
PURWODADI**

Yang ditulis oleh:

SATRIA HADITAMA

B 100 100 271

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 09 Mei 2016

Pembimbing



(Muzakar Isa, SE, MSi)

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP PENJUALAN SEPEDA
MOTOR HONDA VARIO DI DEALER CENDANA MOTOR HONDA
PURWODADI**

oleh :

SATRIA HADITAMA

B100100271

Tim Penguji:

1. Dr. Soepatini, MSi
2. Ahmad Mardalis, SE,MBA
3. Muzakar Isa, SE,MSi

(.....)
(.....)
(.....)



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr.Triyono, M.si.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tesmel Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

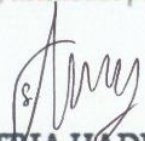
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **SATRIA HADITAMA**
NIRM : **B 100 100 271**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP
PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA
VARIO DI DEALER CENDANA MOTOR
HONDA PURWODADI**

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 ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **09 Mei 2016**

Yang membuat pernyataan,


SATRIA HADITAMA

MOTTO

Dan adalah karena rahmat-Nya, Dia jadikan untukmu malam dan siang, agar kamu beristirahat pada malam hari dan agar kamu mencari sebagian karunia-Nya (pada siang hari) dan agar kamu bersyukur kepada-Nya

(Al Qasas:73)

Tidakkah engkau memperhatikan bahwa sesungguhnya kapal itu berlayar di laut dengan nikmat Allah, agar diperlihatkan-Nya kepadamu sebagian dari tanda-tanda (kebesaran)-Nya. Sungguh pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran)-Nya bagi setiap orang yang sabar dan banyak bersyukur

(Luqman:31)

Barang siapa menginginkan kebaikan didunia dan diakhirat maka haruslah memiliki banyak ilmu

(HR. Ibnu Asakir)

Merayakan kesuksesan adalah hal yang baik, tapi lebih penting lagi jika dapat mengambil pelajaran dari kegagalan

(Bill Gates)

Lakukanlah sesuatu yang kamu pikir tidak bisa. Kalaupun gagal, coba lagi. Lakukanlah lebih baik kali ini. Orang yang tidak pernah jatuh adalah orang yang tidak pernah naik, ini adalah hidupmu. Milikilah hidupmu!

(Oprah Winfrey)

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut asma Allah SWT,

Karya ini kupersembahkan untuk :

- Kedua orang tuaku dan adik-adikku yang memberi semangat dan kasih sayang.
- Sahabat-sahabat ku yang memberi semangat yang baik dan menemaniku.
- My lovely Lia yang selalu ada dan menemaniku serta memberikan semangat yang baik.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ANALISIS EKUITAS MEREK (BRAND EQUITY) TERHADAP PROSES PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO DI DEALER CENDANA MOTOR PURWODADI”.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Syamsudin, MM. Selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE, Msi., Selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Muzakar Isa, SE, Msi., Selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis dalam penulisan demi kemajuan skripsi penulis.
4. Bapak Drs. Wiyadi, MM., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak dan ibu yang telah banyak memberikan bantuan baik materil maupun moril sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
6. Teman – teman kos DEWI MUNING terima kasih atas doanya

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Mei 2016

Penulis

SATRIA HADITAMA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
B. Hasil Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
A. Objek atau Subyek Penelitian.....	33
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
C. Jenis Data	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
F. Uji Instrumen Penelitian	38
G. Teknik Analisa Data	39

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	42
	A. Gambaran Umum Honda Vario.....	42
	B. Deskripsi Hasil Penelitian	44
	C. Analisis Pengujian Kuesioner	48
	D. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
	E. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	54
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
	A. Kesimpulan.....	55
	B. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel IV.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel IV.3	Klasifikasi Responden Pendidikan Terakhir Responden.....	47
Tabel IV.4	Berdasarkan Status Perkawinan	47
Tabel IV.5	Validitas Variabel Kesadaran Merek (X_1).....	48
Tabel IV.6	Validitas Variabel Asosiasi Merek (X_2).....	49
Tabel IV.7	Validitas Variabel Anggapan Kualitas (X_3).....	49
Tabel IV.8	Validitas Variabel Loyalitas Merek (X_4).....	50
Tabel IV.9	Penjualan (Y)	50
Tabel IV.10	Hasil Uji Reabilitas	51
Tabel IV.11	Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel IV.12	Hasil Uji Autokorelasi.....	53
Tabel IV.11	Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel IV.14	Hasil Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel IV.15	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Konsep Ekuitas Merek	16
Gambar II.2	Piramida Kesadaran Merek	17
Gambar II.3	Kerangka Pemikiran.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data Try Out Responden

Lampiran 3 Tabulasi Data Responden

Lampiran 4 Data Output SPSS versi 20

Lampiran 5 Tabel Nilai r Product Moment

ABSTRAKSI

SATRIA HADITAMA, “PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO PADA DEALER CENDANA MOTOR PURWODADI”. Skripsi Jurusan : Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: Ekuitas merek yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, anggapan kualitas dan loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap penjualan sepeda motor Honda Vario pada Dealer Cendana Motor Purwodadi.

Metode penelitian menggunakan metode survei, jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik, terdiri, multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji normalitas. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian diperoleh hasil bahwa dengan analisis regresi bahwa ada pengaruh kekuatan ekuitas merek yaitu loyalitas merek berpengaruh signifikan diperoleh persamaan. Hasil uji validitas menunjukkan item pernyataan mengenai kesadaran merek, asosiasi merek, anggapan kualitas dan penjualan yang diajukan pada responden dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan mengenai ekuitas merek dan penjualan dinyatakan reliabel. Uji multikolinearitas diketahui bahwa variabel ekuitas merek bebas tidak terjadi multikolinearitas atau dengan kata lain dalam model regresi lolos uji multikolinearitas. Uji autokorelasi dapat diketahui nilai *sig. run test*, sehingga dapat dikatakan residual dikatakan acak/random yang berarti tidak terjadi auto korelasi atau lolos uji korelasi. Uji normalitas dapat diketahui nilai probabilitas p-value jadi dalam model ini residual berdistribusi normal yang berarti lolos uji normalitas. Hasil uji determinasi diperoleh dengan nilai *adjusted R square*, yang berarti ekuitas merek berpengaruh terhadap penjualan sepeda motor Honda Vario pada Dealer Cendana Motor Purwodadi berpengaruh. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kesadaran merek, asosiasi merek, anggapan kualitas dan loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

Kata Kunci : Ekuitas Merek, Penjualan, Sepeda Motor.

ABSTRACT

SATRIA HADITAMA. **“EFFECT OF BRAND EQUITY VARIO MOTORCYCLE SALES IN MOTOR DEALER CENDANA PURWODADI”**. Skripsi Department, University of Muhammadiyah Surakarta.

The purpose of this study was to determine : brand equity is brand awareness, brand association, perceived quality and brand loyalty significantly influence sales on a motorcycle Honda Vario Dealer Sandalwood Motor Purwodadi.

The research method used survey method, the type of data used quantitative and qualitative data. Source data used is primary data and data sekunder. sampling techniques using purposive sampling. Test instrument using validity and reliability test. Classical assumption test, comprising, multicollinearity, autocorrelation test, and test for normality. Data analysis and coefficient of determination.

The results of the research results that the regression analysis that there is influence the strength of the brand equity that the brand loyalty significant effect equation. The test results demonstrate the validity of statement items regarding brand awareness, brand association, perceived quality and sales filed on respondents declared invalid because $r_{hitung} > r_{tabel}$. Reliability test results showed that all items are statements about brand equity and sales dinyatakan reliable. Test multikolinearitas known that smoking brand equity variables does not occur multikolinearitas or in other words in the regression model multikolinearitas pass the test. Autocorrelation can be known sig. test run, so it can be said residual said random / random which means not occur auto correlation or correlation test passes. Normality test can know the value of the probability p-value so in this model residual normal distribution, which means pass the test of normality. Determination test results obtained with the adjusted R-square value, which means the effect on the brand equity motorcycle sales Honda Vario on Sandalwood Motor Purwodadi berpengaruh Dealer. Based on the results of this study concluded that brand awareness, brand association, perceived quality and brand loyalty significantly influence sales.

Keywords: Brand Equity, Sales, Motorcycles.