

**PENGARUH LOYALITAS MEREK DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

OLEH:
HASBY NUR FALAKH HAKIIM
B100130112

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH LOYALITAS MEREK DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA

Yang ditulis oleh :

HASBY NUR FALAKH HAKIIM
B100130112

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Susunan Dewan Penguji:

1. (.....)
(KetuaDewanPenguji)
2. (.....)
(Anggota 1 DewanPenguji)
3. (.....)
(Anggota 2 DewanPenguji)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Surakarta

(Dr. Syamsudin, MM)
NIDN. 017025701

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : HASBY NUR FALAKH HAKIIM
NIM : B100130112
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH LOYALITAS MEREKD DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya 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.

Surakarta,..... April 2020

Yang membuat pernyataan,

HASBY NUR FALAKH HAKIIM

HALAMAN MOTTO

"Boleh jadi kamu membenci sesuatu namun ia amat baik bagimu dan boleh jadi engkau mencintai sesuatu namun ia amat buruk bagimu, Allah Maha Mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui."

(QS. Al Baqarah: 216)

"Ketika hidup ini hanya untuk diri sendiri, maka ia akan terasa sangat singkat dan tak bermakna, tapi ketika hidup ini kita persembahkan untuk orang lain, ia akan terasa panjang, dalam, dan penuh makna"

(Sayyid Quthb)

"Tidak penting seberapa lambat Anda melaju, selagi Anda tidak berhenti"

(Confucius)

"Pendidikan bukanlah suatu proses untuk mengisi wadah yang kosong, akan tetapi Pendidikan adalah suatu proses menyalakan api pikiran"

(W.B. Yeats)

"Raihlah ilmu, dan untuk meraih ilmu belajarlah untuk tenang dan sabar"

(Khalifah ‘Umar)

"Risiko terbesar dalam hidup adalah tidak mengambil risiko apapun. Di dunia yang berubah sangat cepat ini, satu-satunya strategi yang dijamin gagal adalah tidak mengambil risiko"

(Mark Zuckerberg)

HALAMAN PERSEMPAHAN

Bismillahirrohmanirrohi...

Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang...

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk :

1. Sahabat, mentor dan teman berbagi suka duka saya, beliau adalah ayah saya yang tak akan pernah lelah memberikan dukungan dan nasehat untuk saya.
2. Perempuan terhebat dalam hidup saya. Beliau adalah ibu tercinta Purwiasri yang selalu memberi semangat dengan sindiran-sindirannya.
3. Ayahku Sunardi sebagai sosok yang patut jadi tauladan dalam menjalani hidup.
4. Kakak saya Andy Aziz Al Hakiim yang selalu mengajarkan tentang arti kerja keras.
5. Dosen pembimbing saya bapak Dr. Edy Purwo Saputro.S.E.,M.S.i yang telah membantu dan mengarahkan dalam pembuatan skripsi.

Semoga Allah SWT membalas jasa-jasa kalian dikemudian hari dan memberikan kemudahan dalam segala hal, amin.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**PENGARUH LOYALITAS MEREK DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA**”.

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

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

1. Allah SWT, yang memberikan iman, ilmu, hudan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kami dari jaman jahiliah (bodoh) menuju jaman yang terang benderang bercahayakan Iman dan Islam.
3. Bapak Dr. Syamsudin, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta .
4. Bapak Imronudin,S.E.,M.Si.,Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
5. Bapak Dr. Edy Puewo Saputro,SE.,M.Si selaku pembimbing yang berkenan dengan ikhlas dan sabar membimbing dan mengarahkan dalam menyelesaikan skripsi ini dan terima kasih atas waktu yang diberikan untuk berkonsultasi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama belajar.
7. Untuk sahabatku terimakasih kalian adalah hadiah terindah yang pernah kumiliki.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan ini penulis masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran selalu penulis harapkan untuk tercapainya kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi yang penulis sajikan dengan segala kekurangan dan keterbatasan ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Surakarta,..... April 2020

Penulis

(Hasby Nur Falakh Hakiim)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu.....	18

C. Kerangka Pemikiran	20
D. Pengembangan Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	24
B. Populasi dan Sampel Penelitian	24
C. Data dan Sumber Data.....	26
D. Definisi Operasional Variabel.....	26
E. Teknik Analisis Data	28

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian	33
B. Karakteristik Responden	33
C. Analisis Data	35
D. Pembahasan.....	42

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	45
B. Keterbatasan Penelitian	45
C. Saran	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 22

DAFTAR TABEL

Tabel III.1. Daftar Nama Dealer Motor Honda Wilayah Surakarta.....	25
Tabel IV.I Proses Pengambilan Sampel.....	33
Tabel IV.II Karakteristik responden Berdasarkan Umur	34
Tabel IV.III Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel IV.IV Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel IV.V Statistik Deskriptif	35
Tabel IV.VI Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek	36
Tabel IV.VII Hasil Uji Validitas Variabel Brand Awareness.....	37
Tabel IV.VIII Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	37
Tabel IV.IX Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel IV.X Hasil Uji Normalitas	38
Tabel IV.XI Hasil Uji Multikolinearitas	39
Tabel IV.XII Hasil Uji Heteroskedastisitas	39
Tabel IV.XIII Hasil Analisis Koefisien Regresi Berganda.....	40
Tabel IV.XIV Hasil Uji Hipotesis.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Hasil Olah Data

ABSTRAK

Perusahaan yang mampu membangun loyalitas merek dan *brand awareness* kepada para pelanggannya tentunya akan mampu bersaing dengan para kompetitornya, tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yang akhirnya dapat meningkatkan keputusan pembelian. Fokus utama dalam penelitian ini yaitu 1) untuk mengetahui pengaruh loyalitas merek terhadap keputusan pembelian, 2) untuk mengetahui pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen dealer Motor Honda di wilayah Surakarta. Model penarikan sampel dengan pendekatan *convenience sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada konsumen. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa loyalitas merek dan *brand awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Loyalitas Merek, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Companies that are able to build brand and brand loyalty awareness of its customers will certainly be able to compete with its competitors, the main goal is to increase customer satisfaction, which can ultimately improve purchasing decisions. The main focus in this research is 1) to find out the effect of brand loyalty on purchasing decisions, 2) to determine the effect of brand awareness on buying decision. The sample in this study is the Motorcycle dealer consumers Honda in the Surakarta region. Sampling model with approach convenience sampling. Data collection techniques using a questionnaire given to consumers. Analysis tools used in research this is multiple linear regression. Based on the results of hypothesis testing that has been done, shows that brand loyalty and brand awareness influence purchasing decisions.

Keywords: Brand Loyalty, Brand Awareness, Purchasing Decisions