

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*,
DAN *BRAND POSITIONING* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA BUS BERCHASSIS SCANIA
DI INDONESIA
(Studi pada PT. United Tractors Tbk.)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

IBNU PRAYUDA BAYU AJI
B100160157

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:
**“ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN
BRAND POSITIONING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
BUS BERCHASSIS SCANIA DI INDONESIA”.**

Yang ditulis dan disusun oleh :

IBNU PRAYUDA BAYU AJI
B100160157

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.


Surakarta, 1 Mei 2020.

Pembimbing


(Sri Murwanti, S.E., M.M.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta


(Dr. H. Syamsudin, SE, MM)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417

Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **IBNU PRAYUDA BAYU AJI**

NIM : **B100160157**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND POSITIONING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BUS BERCHASSIS SCANIA DI INDONESIA (STUDI PADA PT. UNITED TRACTORS)**

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 Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Bekasi, 1 Mei 2020

Yang membuat pernyataan


IBNU PRAYUDA BAYU AJI

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini Saya persembahkan untuk :

- ❖ Allah SWT yang selalu menuntun saya dalam pengerjaan Tugas Akhir ini, sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
- ❖ Rasulullah SAW yang merupakan tokoh yang menjadi panutan penulis selama menjalani kehidupannya agar tercapai segala tujuan di dunia dan akhirat.
- ❖ Kedua orang tua dan keluarga sebagai salah satu bentuk bakti dan tugas utama Saya untuk menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
- ❖ Bapak dan Ibu dosen yang selama ini telah memberi ilmu, bimbingan, dan dukungan dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
- ❖ Sahabat, teman – teman dan orang - orang terdekat yang senantiasa memberikan semangat, bantuan, serta dukungan.
- ❖ Almamater Saya, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *brand awareness*, dan *brand positioning* terhadap kepuasan pelanggan pada bus berchassis Scania di Indonesia. Penelitian ini juga dilakukan atas dasar untuk mengetahui perkembangan bus Scania di Indonesia saat PT United Tractors telah secara resmi menjadi perusahaan distributor merek Scania untuk pasar Indonesia pada tahun 2004. Penelitian ini menggunakan sampel para pelanggan atau penumpang pengguna bus Scania sebanyak 100 orang responden dengan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan data yang digunakan merupakan data primer berupa kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda dengan menggunakan beberapa variabel yaitu *brand image*, *brand awareness*, *brand positioning*, dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan *brand positioning* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dibuktikan dengan hasil uji t yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Kata Kunci : *bus, Scania, brand image, brand awareness, brand positioning, kepuasan pelanggan.*

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of brand image, brand awareness, and brand positioning on customer satisfaction on Scania chassis of buses in Indonesia. This research was also carried out on the basis of knowing the development of the Scania bus in Indonesia when PT United Tractors had officially become a distributor company of the Scania brand for the Indonesian market in 2004. This study uses a sample of customers or passengers using Scania bus users as many as 100 respondents with a sampling method using purposive sampling and the data used are primary data in the form of questionnaires. Data analysis method used is multiple linear regression analysis method using several variables, namely brand image, brand awareness, brand positioning, and customer satisfaction. The results of this study indicate that brand image has a significant effect on customer satisfaction, brand awareness has a significant effect on customer satisfaction, and brand positioning has a significant effect on customer satisfaction as evidenced by the results of the t test which have a significance value of less than 0.05.

Keywords : *bus, Scania, brand image, brand awareness, brand positioning, customer satisfaction.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalaamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Positioning Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bus Berchassis Scania di Indonesia.”

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Sri Padmanty, M.BA. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis dalam membantu menyelesaikan perkuliahan.
5. Ibu Sri Murwanti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen serta Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang rela membimbing serta menularkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

7. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayangnya dan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasihati demi keberhasilan penulis.
8. Pak Anindya Mada, S.T. sebagai *product group leader of Scania* di Indonesia yang telah memberikan dan mempermudah akses masuk ke PT. United Tractors Tbk guna memperoleh data untuk digunakan dalam Tugas Akhir ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyusunan hingga penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga dapat berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bekasi, Mei 2020

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iii |
| PERSEMBAHAN..... | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 4 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 5 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 5 |
| E. Sistematika Penulisan Skripsi..... | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| A. Landasan Teori..... | 8 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 20 |
| C. Perumusan Hipotesis..... | 22 |
| D. Kerangka Pemikiran..... | 23 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 25 |
| A. Desain Penelitian..... | 25 |
| B. Desain Pengambilan Sampel..... | 25 |
| C. Sumber Data..... | 27 |
| D. Metode Pengumpulan Data..... | 27 |
| E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 29 |
| F. Instrumen Penelitian..... | 31 |
| G. Analisis Data..... | 32 |
| BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... | 39 |
| A. Gambaran Umum Perusahaan..... | 39 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| B. Analisis Deskriptif..... | 53 |
| C. Uji Instrumen Penelitian..... | 56 |
| D. Analisis Data | 58 |
| E. Uji Hipotesis Penelitian | 61 |
| F. Pembahasan | 64 |
| BAB V PENUTUP..... | 67 |
| A. Kesimpulan | 67 |
| B. Keterbatasan Penelitian | 68 |
| C. Saran | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA | 70 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 20 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin | 53 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan | 54 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 55 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 56 |
| Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas..... | 57 |
| Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas | 58 |
| Tabel 4.8 Uji Normalitas..... | 59 |
| Tabel 4.8 Uji Normalitas..... | 59 |
| Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas..... | 60 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 24 |
| Gambar 4.1 Logo Perusahaan | 39 |
| Gambar 4.2 Articulated Dump Truck | 43 |
| Gambar 4.3 Bulldozer | 43 |
| Gambar 4.4 Hydraulic Excavator..... | 44 |
| Gambar 4.5 Wheel Loader | 44 |
| Gambar 4.6 Motor Grader..... | 44 |
| Gambar 4.7 Mixer Truck..... | 45 |
| Gambar 4.8 Dump Truck | 45 |
| Gambar 4.9 Scania K360 iB 4x2 | 47 |
| Gambar 4.10 Scania K410 iB 6x2 | 47 |
| Gambar 4.11 Scania R560..... | 48 |
| Gambar 4.12 Scania P360..... | 48 |
| Gambar 4.13 Scania P380 | 48 |
| Gambar 4.14 Combination Rollers | 49 |
| Gambar 4.15 Heavy Tandem Vibratory..... | 50 |
| Gambar 4.16 Recycle Stabilizer..... | 50 |
| Gambar 4.17 Single Drum Rollers..... | 50 |
| Gambar 4.18 Pneumatic Tyred Rollers | 51 |
| Gambar 4.19 Road Pavers..... | 51 |
| Gambar 4.20 All Terrain Cranes | 52 |
| Gambar 4.21 Cargo Cranes | 52 |
| Gambar 4.22 Telescopic Crawler..... | 53 |