



**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA BEAT
PADA DEALER KARUNIA SEJAHTERA MOTOR
CABANG JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Novika Dian Putriana

NIM. 1310411076

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
MEI, 2017**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Novika Dian Putriana

NIM : 1310411076

Prodi : Manajemen

Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **PENGARUH BRAND EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA BEAT PADA DEALER KARUNIA SEJAHTERA MOTOR CABANG JEMBER**, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isisnya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka umum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

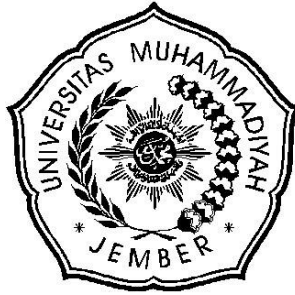
Jember, 17 april 2017

Yang menyatakan

Novika Dian Putriana

NIM: 131041107

PERSETUJUAN SKRIPSI



**PENGARUH BRAND EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOTOR HONDA BEAT PADA DEALER KARUNIA
SEJAHTERA MOTOR CABANG JEMBER**

Oleh:

Novika Dian Putriana

NIM: 1310411076

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dra. Retno Endah S, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Budi Santoso. SE, MM.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: pengaruh brand experience terhadap keputusan pembelian motor honda beat pada dealer karunia sejahtera motor cabang jember di uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 18 April 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Toni Herlambang, MM

NPK 06 03 425

Anggota I

Anggota II

Dra. Retno Endah S, MM

Budi Santoso. SE, MM.

NPK 95 10 256

NPK 10 03 711

Mengesahkan:

Dekan

Ketua Program Studi

Dr. Arik Susbivani, SE, M.Si

Drs. Anwar, M.Sc

NPK 01 09 289

NPK 85 03 125

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: pengaruh brand experience terhadap keputusan pembelian motor honda beat pada dealer karunia sejahtera motor cabang jember di uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 18 April 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Dr. Toni Herlambang, MM

NPK 06 03 425

Anggota I


Dra. Retno Endah S, MM

NPK95 10 256

Anggota II



Budi Santoso, SE, MM,

NPK 10 03 711

Mengesahkan:


Dr. Arik Sushwani, SE, M.Si
NPK 01 09 289

Ketua Program Studi


Drs. Anwar, M.Sc
NPK 85 03 125

MOTTO

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan 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)

"Orang yang menuntut ilmu berarti menuntut rahmat, orang yang menuntut ilmu berarti menjalankan rukun Islam dan Pahala yang diberikan kepada sama dengan para Nabi"

(HR. Dailani dari Anas r.a)

"Seluruh tujuan pendidikan adalah untuk mengganti cermin menjadi jendela"

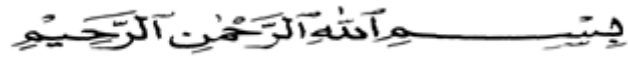
(Albert Einstein)

PERSEMBAHAN

Atas rahmat Allah SWT skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibuku yang telah mendoakan dan memberikan support yang luar biasa serta atas pengorbanannya selama ini semoga rahmat Allah selalu bersama beliau.
2. Kedua dosen pembimbing yaitu Ibu Dra. Retno Endah S, MM dan Bapak Budi Santoso. SE, MM.. terimakasih banyak atas segala bimbingannya serta kesabarannya. Semoga beliau berdua selalu diberikan kesehatan serta kebahagiaan bersama keluarga tercinta.
3. Keluarga besar yang selama ini telah banyak memberikan masukan dan dukungan serta doa.
4. Terspesial untuk A'at Sugiarto yang selama lebih dari 2 tahun menemani, selalu memberikan nasihatnya, memberikan dukungan, dan selalu sabar dalam segala hal semoga langgeng dan diberikan kelancaran.
5. Kedua orang tua dari A'at Sugiarto (Bapak Moch. Hafidz dan Ibu Lilik Maliha) yang selalu mendukung dan mendoakan serta selalu memberikan yang terbaik.
6. Sahabatku Ely Nur Indah Wardani yang selama kurang lebih 4 tahun selalu bersama, yang selalu memberikan dukungan dalam keadaan susah dan senang.
7. Sahabatku Gisela Nedy Rameshwari dan Iffah Tika Hamami yang selama kurang lebih 7 tahun selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik.
8. Sahabat-sahabatku Hayu Wira Apsari, Shihatul Dwi Indriyati, Lailatul Mitaharoh yang saling mendukung agar bisa lulus bersama-sama.
9. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Jember.
10. Almamater yang aku banggakan UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER.

KATA PENGANTAR



Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul “pengaruh brand experience terhadap keputusan pembelian motor honda beat pada dealer karunia sejahtera motor cabang jember” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Ibu Dra. Retno Endah S, MM selaku pembimbing I dan Bapak Budi Santoso. SE, MM.. selaku pembimbing II yang telah dengan sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi, dan terima kasih juga kepada Bapak Dr. Toni Herlambang, MM sebagai penguji yang telah menguji dan memberikan ilmu yang sangat berharga bagi saya.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada:

1. Ibu Arik Susbiyani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Drs. Anwar M.Sc selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan dorongan dan semangat untuk segera menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.

4. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen yang telah banyak memberikan masukan kepada penulis baik selama dalam mengikuti perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi ini.
5. Kedua Orang tua yang selalu mendukung dan mengiringiku dengan doanya.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritikyang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Jember, Maret 2017

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 <i>Experiential Marketing</i>	14
2.1.3 Merek.....	17
2.1.4 <i>Brand Experience</i>	19
2.1.5 Keputusan Membeli.....	21
2.2 Tinjauan penelitian terdahulu.. ..	33
2.3 Kerangka Konseptual	36
2.4 Hipotesis	37
BAB 3 METODE PENELITIAN	40
3.1 Identifikasi Variabel	40
3.1.1 Variabel Bebas	40
3.1.2 Variabel Terikat	40
3.2 Definisi Operasional Variabel	40
3.3 Desain Penelitian	43
3.4 Jenis dan Sumber Data	43

3.4.1 Data Sekunder	43
3.4.2 Data Primer	43
3.5 Populasi dan Sampel	44
3.5.1 Populasi	44
3.5.2 Sampel	44
3.5.3 Teknik pengambilan sampel.....	44
3.6 Metode Pengumpulan Data	45
3.7 Teknik Analisis Data	46
3.7.1 Uji Kualitas Data.....	46
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.7.3 Analisis regresi linier berganda.....	48
3.7.4 Uji Hipotesis	49
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	51
4.1.2 Gambaran Umum Honda	53
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	55
4.1.4 Struktur Organisasi	55
4.1.5 Fungsi Dan Tugas Jabatan	56
4.2 Aspek Personalia	58
4.2.1 Jumlah Tenaga Kerja	58
4.2.2 Jam Kerja	58
4.2.3 Sistem Upah	59
4.3 Aspek Pemasaran	59
4.3.1 Daerah Pemasaran	60
4.3.2 Saluran Distribusi	60
4.4 Jenis Data Untuk Kebutuhan Analisis.....	60
4.4.1 Karakteristik Responden.....	60
4.5 Diskriptif Variabel Penelitian	63
4.5.1 <i>Sensory</i> (X1).....	63
4.5.2 <i>Affective</i> (X2).....	65
4.5.3 <i>Behavioral</i> (X3)	66
4.5.4 <i>Intellectual</i> (X4)	67
4.5.5 Keputusan Pembelian.....	68
4.6 Analisis Data	69
4.6.1 Uji Instrumen Data	69
4.6.1.1 Pengujian Validitas Data	69
4.6.1.2 Pengujian Reliabilitas Data	71
4.7 Pengujian Asumsi Klasik	72
4.7.1 Pengujian Multikolinearitas	72

4.7.2 Pengujian Heterokedastisitas	72
4.5.3.3 Pengujian Normalitas	74
4.8 Analisis Data	75
4.8.1 Regresi Linier Berganda.....	75
4.8.2 Koefisien Determinasi	77
4.9 Pengujian Hipotesis	78
4.9.1 Uji t	78
4.9.2 Uji F	79
4.10 Pembahasan	80
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	84
5.9 Rekomendasi	84
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Pra Penelitian penjualan matic Honda Dealer	6
Tabel 1.2: Penjualan Honda matic Dealer Karunia Sejahtera Moto..	7
Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 4.1: Jumlah Tenaga Kerja Dealer Karunia Sejahtera.....	58
Tabel 4.2: Responden Menurut Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.3: Responden menurut usia.....	61
Tabel 4.4: Responden menurut Jenis Pekerjaan.....	62
Tabel 4.5: Responden menurut Pendapatan per Bulan.....	63
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Sensory</i>	64
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Affective</i>	65
Tabel 4.8: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Behaviorall</i>	66
Tabel 4.9: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Intellectual</i>	67
Tabel 4.10: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap keputusan pembelian.....	68
Tabel 4.11: Hasil Pengujian Validitas	70
Tabel 4.12: Hasil Pengujian Reliabilitas	71
Tabel 4.13: Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4.14: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	75
Tabel 4.15: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	77
Tabel 4.16: Hasil Uji t	78
Tabel 4.17: Hasil Uji F	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka konseptual.....	37
Gambar 4.1: Struktur Organisasi Dealer Karunia Sejahtera Moto...	55
Gambar 4.2: Hasil Pengujian Normalitas	73
Gambar 4.3: Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	74

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2: Petunjuk Pengisian Kuesioner
- LAMPIRAN 3: Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 4: Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 5: Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN 6: Uji Validitas
- LAMPIRAN 7: Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 8: Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 9: Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi