

**ANALISIS *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA BEAT**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)

SKRIPSI

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



Oleh :

Alex Kurniawan

18.104.11.198

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

2022

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alex Kurniawan
NIM : 1810411198
Program Studi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *ANALISIS BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah 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 isinya 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 hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

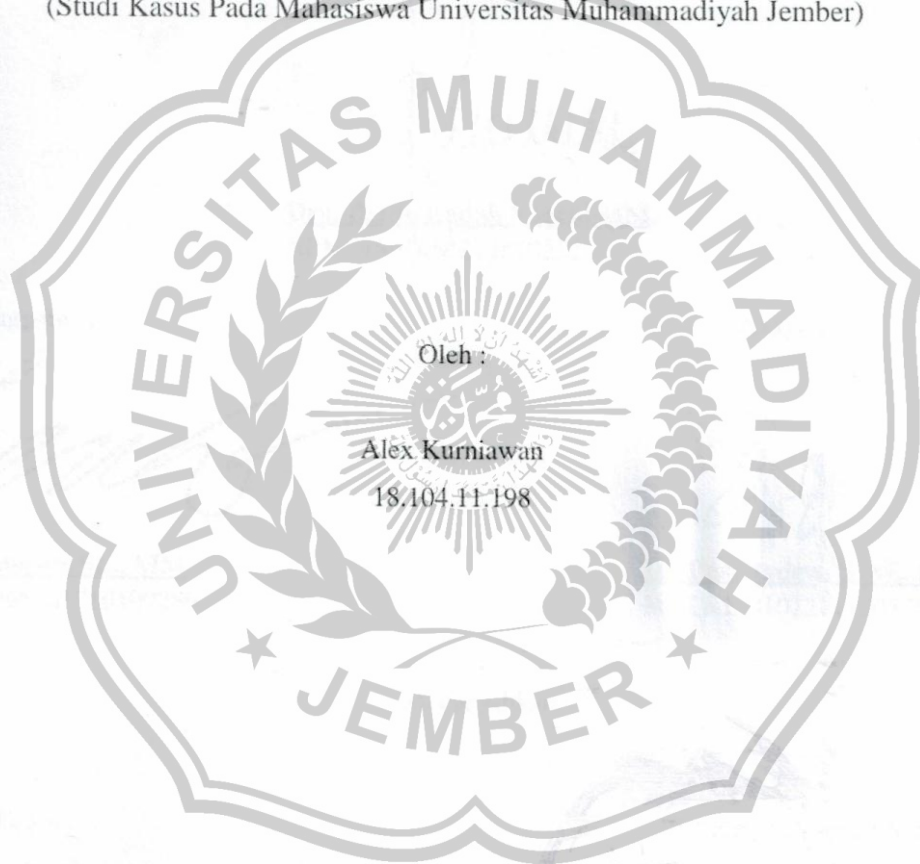
Jember, 14 Juli 2022
Yang menyatakan,



Alex Kurniawan
NIM. 1810411198



**ANALISIS *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA BEAT**
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)



Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Seno Sumowo, SE., MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Ira Puspitadewi S. SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: *ANALISIS BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Alex Kurniawan
NIM : 1810411198
Hari : Kamis
Tanggal : 14 Juli 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dra. Retno Endah Supeni MM.

NPK : 1967052219510256

Anggota 1,

Seno Sumowo. SE., MM

NPK : 1966101710109280

Anggota 2,

Ira Puspitadewi S. SE. MM

NPK : 1981072711703795

Mengesahkan :

Dekan,

Maheni Ika Sari, SE. MM

NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,

A. Hasan Hafidzi, SE. MM

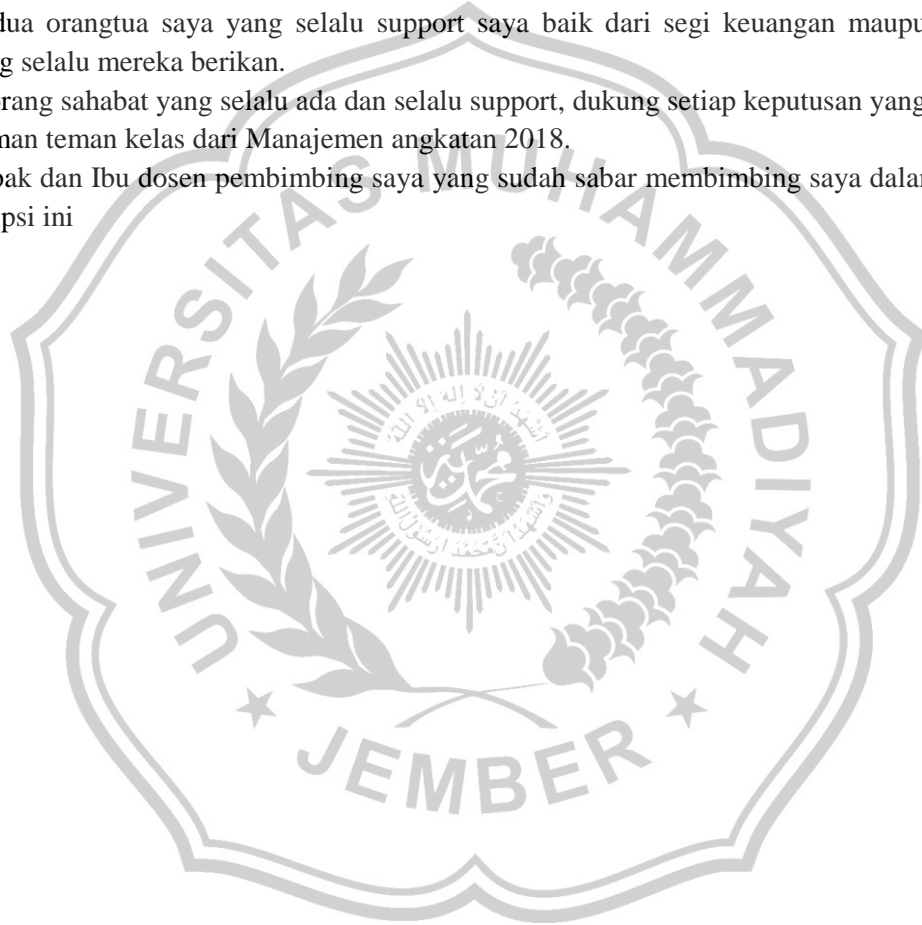
NPK : 19860514.1.1703796

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *ANALISIS BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember), Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orangtua saya yang selalu support saya baik dari segi keuangan maupun dukungan yang selalu mereka berikan.
2. Seorang sahabat yang selalu ada dan selalu support, dukung setiap keputusan yang saya ambil.
3. Teman teman kelas dari Manajemen angkatan 2018.
4. Bapak dan Ibu dosen pembimbing saya yang sudah sabar membimbing saya dalam menyusun skripsi ini



MOTTO

“sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Al Insyiroh: 6)

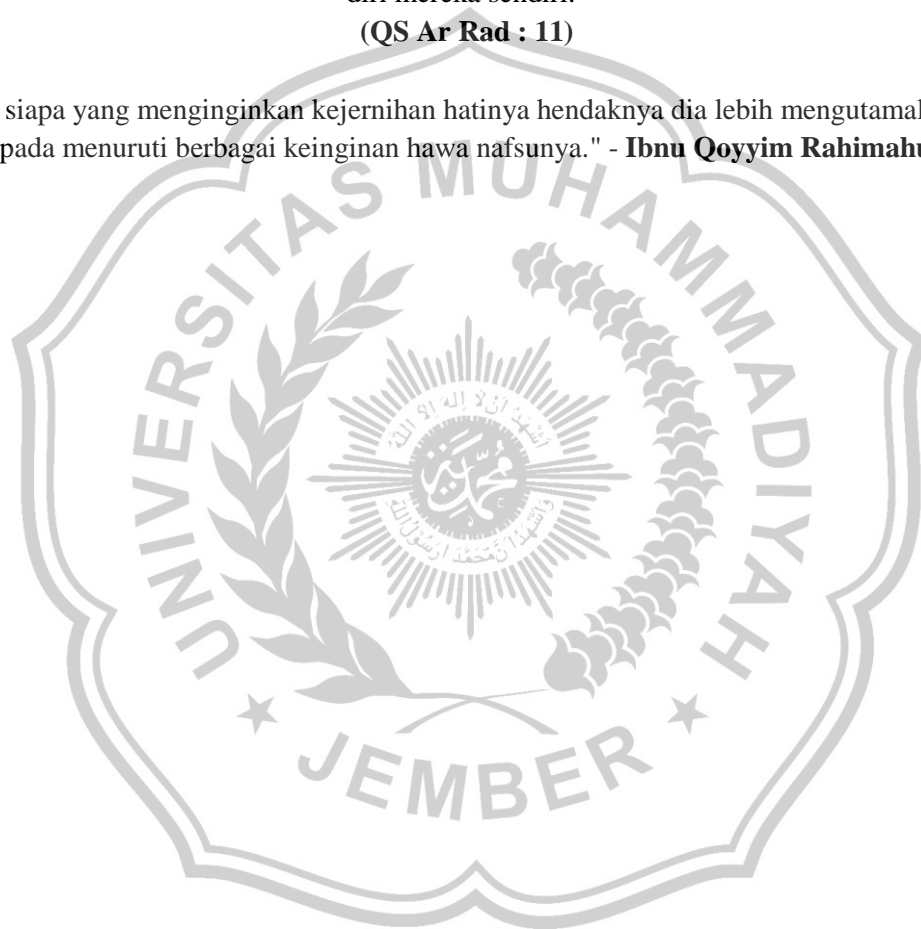
"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(Al Baqarah : 286)

"Seungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

(QS Ar Rad : 11)

"Barang siapa yang menginginkan kejernihan hatinya hendaknya dia lebih mengutamakan Allah daripada menuruti berbagai keinginan hawa nafsunya." - **Ibnu Qoyyim Rahimahullah**



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupersembahkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul *ANALISIS BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember).

Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Ibu Dra. Retno Endah Supeni MM selaku dosen ketua penguji
3. Bapak Seno Sumowo SE., MM selaku dosen pembimbing 1
4. Ibu Ira Puspitadewi S. SE, MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 14 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2	8
TINJAUAN PUSTKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.4 <i>Brand equity</i>	9
2.1.5 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	9
2.1.6 Asosiasi Merek (<i>Brand Associations</i>).....	10
2.1.7 Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>).....	10
2.1.8 Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>).....	11
2.1.9 Keputusan Pembelian.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Kerangka Konseptual.....	17
2.4 Hipotesis.....	18
2.4.1 Kesadaran Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	18
2.4.2 Asosiasi Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	18
2.4.3 Persepsi Kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	19
2.4.4 Loyalitas Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	19
2.4.5 Brand Equity berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.....	20
BAB 3	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Identifikasi Variabel.....	21
3.1.1 Variabel Independen.....	21
3.1.2 Variabel Dependen.....	21
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	21
3.3 Desain Penelitian.....	23
3.4 Jenis Data.....	23
3.4.1 Data Primer.....	23
3.4.2 Data Sekunder.....	23
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.5.1 Populasi.....	23

3.5.2 Sampel	23
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	24
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.8 Teknis Analisis Data	24
3.8.1 Uji Instrumen Data	24
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	25
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda	26
3.8.4 Uji Hipotesis	27
3.8.5 Uji R^2 (Koefisien Detreminasi).....	28
BAB 4.....	29
HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.1.1 Gambaran Umum Honda Beat.....	29
4.1.2 Visi Misi Honda.....	30
4.1.3 Macam-Macam Produk Honda.....	30
4.1.4 Struktur Organisasi PT Astra Honda Motor Tbk.....	31
4.2 Karakteristik Responden.....	31
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	32
4.4 Hasil dan Pembahasan	39
4.5 Teknik Analisis Data.....	39
4.5.1 Pengujian Instrumen Data.....	39
4.5.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	40
4.5.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	42
4.5.4 Hasil Uji Hipotesis.....	43
4.5.5 Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	44
4.6 Pembahasan.....	45
4.6.1 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian	45
4.6.2 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian	46
4.6.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
4.6.4 Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4.6.5 Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
BAB 5.....	46
KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
Lampiran-Lampiran.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	10 Merek Terlaris (Januari-September 2021)	4
1.2	Tabel Top Brand Index 2021 kategori sepeda motor matic	5
1.3	Top Brand Index Motor Honda Beat 2015-2021	5
1.4	Hasil Pra-Survey Mengenai Brand Equity Motor Matic Honda Beat di Universitas Muhammadiyah Jember	6
2.1	Penelitian Terdahulu	16
4.1	Macam-Macam Produk Honda	35
4.2	Karakteristik Berdasarkan mahasiswa/mahasiswi aktif Universitas Muhammadiyah Jember	36
4.3	Karakteristik Berdasarkan Mahasiswa/mahasiswi aktif Universitas Muhammadiyah Jember pengguna motor Honda Beat	37
4.4	Keasadaran Merek (X1)	38
4.5	Keasadaran Merek (X1)	38
4.6	Keasadaran Merek (X1)	39
4.7	Asosiasi Merek (X2)	39
4.8	Asosiasi Merek (X2)	40
4.9	Asosiasi Merek (X2)	40
4.10	Persepsi Kualitas (X3)	41
4.11	Persepsi Kualitas (X3)	41
4.12	Persepsi Kualitas (X3)	42
4.13	Loyalitas Merek (X4)	43
4.14	Loyalitas Merek (X4)	43
4.15	Loyalitas Merek (X4)	44
4.16	Keputusan Pembelian (Y)	44
4.17	Keputusan Pembelian (Y)	44
4.18	Keputusan Pembelian (Y)	45
4.19	Hasil Uji Validitas	46
4.20	Hasil Uji Reliabilitas	47
4.21	Hasil Uji Multikolonieritas	49
4.22	Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.23	Hasil Uji t	52
4.24	Hasil Uji F	53
4.25	Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Alur Keputusan Pemelian.....	16
2.2 Kerangka Konseptual	21
4.1 Logo AHM Honda	35
4.2 Struktur Organisasi PT Astra Honda Motor.....	38
4.3 Hasil Uji Normalitas.....	48
4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Data Responden
3. Karakteristik Responden
4. Hasil Tanggapan Responden
5. Uji Validitas Dan Reliabilitas
6. Uji Asumsi Klasik
7. Uji Regresi Linier Berganda
8. Dokumentasi

