

**PENGARUH KESADARAN MEREK, EKUITAS MEREK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR HONDA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen



Oleh :

LOYN NEBOKATNEZHAR
2009210047

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, EKUITAS MEREK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR HONDA DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

LOYN NEBOKATNEZHAR

NIM : 2009210047

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 3. April 2015.



(Dra. Lindiawati, M.M)

SKRIPSI

PENGARUH KESADARAN MEREK, EKUITAS MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA DI SURABAYA

Disusun Oleh

LOYN NEBOKATNEZHAR

NIM : 2009210047

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 20 April 2015

Tim Penguji

Ketua : Drs. Irawan, M.M

Sekretaris : Dra. Lindiawati, M.M

Anggota : Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT.



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Loyn Nebokatnezhar
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 19 Maret 1990
N.I.M : 2009210047
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kesadaran Merek, Ekuitas Merek dan
Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Motor
Honda di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen

Tanggal : 27 Oktober 2015



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 23 Oktober 2015



(Dra. Lindiawati, M.M.)

MOTTO

*Sukses tidak hanya datang dari apa yang
selalu ada diteori, namun terkadang
datang dari apa yang ada di jiwa. Walau
sederhana tapi sukses itu kita yang
menentukan*

PERSEMBAHAN

Terima kasih kepada:

- 1 Terima kasih kepada Allah SWT, karena rahmat dan ridho-Nya serta semua nikmat yang telah diberikan selama ini hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Alhamdulillah Yaa Rabb.
- 2 Kepada kedua orang tua Saya (Papi dan Mami). Terima kasih banyak atas dukungan, doa, arahan dan sudah sabar selama ini menghadapi Saya.
- 3 Kepada adik-adikku, terima kasih banyak atas doa dan dukungannya.
- 4 Kepada dosen pembimbing Saya Ibu Dra. Lindiawati, M.M, yangtelah mendampingi selama proses pembelajaran dan bimbingan skripsi ini. Terima kasih banyak bu, atas teguran, nasehat, dan kesabaran yang diberikan sehingga Saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- 5 Dosen wali Saya Ibu Dr. Dra. Ec. Sri Haryati M.M dan seluruh dosen beserta civitas akademika STIE Perbanas Surabaya. Terima kasih atas kebersamaan yang dilewati dan mendampingi Saya selama perkuliahan ini.
- 6 Buat teman-teman seperjuangan skripsi. khususnya Moch. Eko Denariansyah, Rut Wury Handayani, Greda Faradila Sulistiya Utami (Dunski). Terima kasih atas segala bantuan dan semoga kita sukses semuanya. Amin.
- 7 Buat teman-teman baik semuanya. Crew Wolf gank semuanya (2009), Nesia Rizki Y, Agnes Viana Putri, Hafin Rendi, Riska Yuliar, Reza Putra Ardiansyah. Terima kasih atas segala dukungan dan doa selama ini.

Terima kasih banyak buat Ari Astuti yang selama ini telah menemani, mendukung, memberikan doa, membantu serta menunggu Saya menyelesaikan studi perkuliahan ini. Semoga kedepannya hubungan kita jauh lebih baik lagi. Amin Ya Rabb.

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah, segala Puji Syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT Yang Maha Esa, sehingga atas Rahmat-Nya Saya dapat menyelesaikan skripsi Saya dengan judul “Pengaruh Kesadaran Merek, Ekuitas Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda di Surabaya”.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Sehubungan dengan itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua Orang Tua yang telah mendoakan dan memberi dukungan kepada Saya.
2. Bapak Lutfi, SE., M.Fin., selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T, selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
4. Ibu Dr. Dra. Ec. Sri Haryati, M.M, selaku Dosen Wali STIE Perbanas Surabaya.
5. Ibu Dra. Lindiawati, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
6. Seluruh Dosen, Karyawan, Staff, Civitas Akademika STIE Perbanas Surabaya, dan Staff Perpustakaan STIE Perbanas Surabaya yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharap saran dan kritik yang membangun dari semua pihak.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi semua pembaca.

Surabaya, Oktober 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Kesadaran Merek	17
2.2.2 Ekuitas Merek	18
2.2.3 Citra Merek	18
2.2.4 Keputusan Pembelian	19
2.2.5 Hubungan Antar Variabel	21
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.3.1 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hipotesa	23
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Batasan Penelitian	25
3.3 Identifikasi Variabel	25
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel....	26
3.4.1 Definisi Operasional Variabel	26
3.4.2 Pengukuran Variabel	28
3.5 Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.5.1 Populasi	28

3.5.2	Sampel	29
3.5.3	Teknik Pengambilan sampel	29
3.6	Istrumen Penelitian	30
3.7	Data dan Metode Penumpulan data	31
3.7.1	Data	31
3.7.2	Metode Penumpulan data	31
3.8	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	31
3.8.1	Uji Validitas	31
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	32
3.9	Teknik Analisis Data	33
3.9.1	Analisis Deskriptif.....	33
3.9.2	Analisis Statistik.....	33
BAB IV	GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1	Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	38
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
4.2.1	Uji Validitas	38
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	39
4.3	Analisis Data.....	40
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	40
4.3.2	Analisis Statistik.....	47
4.4	Pembahasan	56
4.4.1	Pengaruh Kesadaran Merek Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian	58
4.4.2	Pengaruh Ekuitas Merek Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian	59
4.4.3	Pengaruh Citra Merek Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian	60
4.4.4	Pengaruh Kesadaran Merek (X_1), Ekuitas Merek (X_2) dan Citra Merek (X_3) secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y)	61
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran	64
DAFTAR RUJUKAN		
DAFTAR LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Prosentase TOP BRANDS AWARD Penjualan Honda	2
Tabel 1.2	Prosentase TOP BRANDS INDONESIA Penjualan Sepeda Motor	6
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	15
Tabel 3.6	Kisi-Kisi Pernyataan	29
Tabel 3.9.1	Ketentuan Autokorelasi.....	36
Tabel 4.1	Uji Validitas	38
Tabel 4.2	Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4.3	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kesadaran Merek (X_1)	43
Tabel 4.4	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Ekuitas Merek (X_2).....	44
Tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek (X_3).....	45
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.8	Nilai Durbin Wataon	50
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.10	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	52
Tabel 4.11	Uji t.....	53
Tabel 4.12	Uji F.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.1	Penelitian Sudarsono dan Kurniawati (2013)	12
Gambar 2.1.2	Penelitian M. Saleh Lubis (2013)	13
Gambar 2.1.3	Penelitian Fiani S, Margaretha dan Japariato, I. (2012)	14
Gambar 2.3.1	Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1	Deskripsi Usia Responden	40
Gambar 4.2	Deskripsi Jenis Kelamin Responden	40
Gambar 4.3	Pendidikan Terakhir Responden	41
Gambar 4.4	Pekerjaan Responden	42
Gambar 4.5	Plot Hasil Uji Normalitas	47
Gambar 4.6	Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas	49

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 KUESIONER
- LAMPIRAN 2 DATA SAMPEL
- LAMPIRAN 3 TABULASI DATA
- LAMPIRAN 4 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
- LAMPIRAN 5 ANALISIS DESKRIPTIF
- LAMPIRAN 6 UJI ASUMSI KLASIK
- LAMPIRAN 7 UJI REGRESI LINIER BERGANDA

***THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, BRAND EQUITY AND
BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION
HONDA MOTOR IN SURABAYA***

Loyn Nebokatnezhar
STIE Perbanas Surabaya
Email : lo_ynzz@yahoo.com
Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya 60118, Surabaya

ABSTRACT

This study is to examine the significance of the influence of brand awareness, brand equity and brand image to purchase decisions. This study explores the influence of brand awareness, such as brand recognition, media advertising and activity of promotion; brand equity factor, such as brand loyalty, brand awareness, perceived quality and brand association; and brand image factor, such as recognition, reputation, affinity and loyalty. This causal study used a quantitative method. The population used is all users of Honda motorcycles in Indonesia especially in Surabaya. Samples were taken by using judgment sampling technique and it was obtained a sample of 100 respondents. Data was collected by distributing questionnaires, then the data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results of this research are that brand awareness, brand equity and brand image significantly affect on purchase decision of Honda Motor in Surabaya.

Keywords: brand awareness, brand equity, brand image, purchasing decisions