KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, KUALITAS YANG DIRASAKAN DAN PENGARUHNYATERHADAP NIAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA VARIO DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen

Oleh :

GEBY LAYLANY WIDJANARKO
2015210337

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019

KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, KUALITAS YANG DIRASAKAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP NIAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA VARIO DI SURABAYA

Diajukan oleh :

GEBY LAYLANY WIDJANARKO
NIM : 2015210337

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 07-02-2019

(Dr.Drs. Soni Harsono, M.Si.)

SKRIPSI

KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, KUALITAS YANG DIRASAKAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP NIAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA VARIO DI SURABAYA

Disusun Oleh

GEBY LAYLANY WIDJANARKO
NIM : 2015210337

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 19 Februari 2019

Tim Penguji

Ketua : Dr. Ronny, S.kom.,Mkom.,MH .....

Sekretaris : Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si. .....

Anggota : Mochamad Nurhadi, S.Kom., MM .....

PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a	: Geby Laylany Widjanarko
Tempat, Tanggal Lahir	: Pasuruan, 04 Juli 1996
N.I.M	: 2015210337
Program Studi	: Manajemen
Program Pendidikan	: Sarjana
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul	: Kesadaran Merek, Citra Merek, Kualitas Yang Dirasakan dan Pengaruhnya Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Vario di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen	Dosen Pembimbing
Tanggal : 05 April 2019	Tanggal : 05 April 2019
(Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D.)	**(Dr.Drs. Soni Harsono, M.Si.)**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Ilmu tanpa diamalkan seperti layaknya pohon yang berdaun lebat tanpa adanya buah☺"

PERSEMBAHAN :

Puji syukur atas kehadirat allah swt atas limpahan rahmat dan karunianya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat dan dengan dibantu, didukung oleh orang-orang yang sangat saya cintai.

Oleh karena itu saya ucapkan terima kasih dan mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. ALLAH SWT yang selalu melindungi saya, memberikan banyak kesempatan, kesehatan, kelancaran, kemudahan, waktu, kepada saya sehingga saya dapat hidup dengan waktunya termasuk dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan kuasamu bimbinglah saya, kedua orangtua saya, suami saya, anak saya, mertua saya, keluarga besar saya, orang-orang terbaik dalam hidup saya selalu berada dalam lindungan-Mu dan selalu beradapada jalan yang kau ridhoi. Tempatkanlah kami selalu dalam rahmat-Mu ya ALLAH. Amin Allahuma Amin.....
2. Untuk my super hero, my boy friends forever Ayah H. "Widjanarko" dan untuk greatest woman, best mother in the world Mama "Siti Urifah" , untuk my brother "Novan Aditya", Terimaksih banyak untuk cinta, kasih sayang, support, doa yang selalu kalian berikan hingga saat ini, sehingga aku dapat mempersembahkan ini untuk kalian. Kehidupan terbaikku nantinya akan selalu kupersembahkan untuk kalian " Bapak, Ibu, Adikku".
3. Untuk my perfect husband "Krisna aditya Rivaldi" and my Baby "Sheren Azkadina Nurrin Rivaldi", terimakasih untuk dukungan, perhatian, kebersamaan, kita dan banyak bantuan yang diberikan dari suamiku untuk mengerjakan SKRIPSI ini. Dan terimakasih untuk waktunya hingga saya LULUS bae!!!! Alhamdulillah. Semoga kedepannya kita dapat mewujudkan

apa yang kita rencanakan selama ini sukses selalu buat suamiku semoga kerjaannya lancar dan. Doaku yang terbaik selalu buat kamu dear. I love you.

4. Untuk yang bukan teman lagi tapi keluarga Marketingkuuu... : Afifah, Icha, Dhisma dan Yenny my strong girls, akhirnya kita lulus 3,5 tahun bareng YEY alhamdulilah semoga setelah lulus kalian sukses selalu dalam lindungan ALLAH SWT, dan teruntuk teman-temanku Irma (sahabat dari SMP), Vivi, Ira Terimakasih selalu ada di saat aku butuh meskipun sibuk masing-masing sukses terus ya buat kalian <3.
5. Pak Soni Squad (Rachmad, Dhisma ,Dessy dan Diana) akhirnya Rekya lulus semuaaa. Pendramaan setiap bimbingan yang gapernah bias bareng, dan selalu gopoh sudah kelar, meskipun gak pernah bareng bimbingan tapi saling bantu sama lain di kantin kampus hehe..
6. Untuk Dosen Pembimbing saya tercinta Dr.Drs.Soni Harsono, M.Si. terimakasih bapak atas kerendahan hatinya, nasehatnya, waktunya, kesabarannya membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga bapak sehat, sukses selalu dan selalu ada dalam lindungan Tuhan. Semogailmu yang bapak berikan kepada saya dibalas sebuah kebaikan yang melimpah. Amin
7. Untuk Dosen Tim Penguji proposal maupun skripsi "Dra. Lindiawati. MM , Dr. Ronny, S.kom.,Mkom.,MH., Dra.Ec. Aniek Maschudah, M.Sidan ."Mochamad Nurhadi, S.Kom., MM.terimakasih banyak atas saran-saran yang diberikan dalam menyempurnakan penyelesaian penelitian ini.
8. Untuk Dosen Wali saya Dra. Lindiawati. MM Dan seluruh dosen beserta civitas akademika STIE Perbanas Surabaya, terimakasih atas segala bantuannya yang diberikan selama melewati proses kuliah ini.
9. Untuk teman-teman seperjuangan dalam menyelesaikan proses skripsi ini, terimkasih untuk banyak saran-saran dan informasi yang diberikan. Semoga kesuksesan selalu menyertai kita semua. Amin

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmatserta kasih sayang-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan salah satu syarat penyelesaian tugas mata kuliah jurusan manajemen yaitu Skripsi dengan judul **"**Kesadaran Merek, Citra Merek, Kualitas Yang Dirasakan dan pengaruhnya terhadap Niat Beli sepeda motor Honda Vario di Surabaya**"**. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan strata satu jurusan manajemen.Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah banyak membantu dalam proses pembuatan skripsi ini, terima kasih diucapkan kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si. selaku dosen pembimbing yang sangat berperan besar dalam membantu proses penyusunan skripsi ini melalui proses pemberian bimbingan, arahan dan pengetahuan kepada penulis.
2. Bapak Dr. Yudi Sutarso, SE., M.Si. selaku ketua STIE Perbanas Surabaya
3. Bapak Burhanudin, SE, M.Si, Ph.D. selaku ketua Program Studi Sarjana Manajemen.
4. Ibu Dra. Lindiawati. MM.,selaku dosen wali yang selalu membingbing saya dari awal sampai akhir.
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh civitas Akademika STIE perbanas surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan kepada penulis selama proses perkuliahan.

6. Kedua Orang Tua saya yang selalu mendukung saya dalam menjalani proses perkuliahan di STIE Perbanas Surabaya.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian ini.

Surabaya, Febuari 2019

Peneliti

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
STIE
PERBANAS

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
ABSTRACT xiv
ABSTRAK xv

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Perumusan Masalah 8
1.3 Tujuan Penelitian 8
1.4 Manfaat Penelitian 9
1.5 Sistematika Penulisan 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 11
2.1 Penelitian Terdahulu 11
2.2 Landasan Teori 19
2.3 Kerangka Pemikiran 30
2.4 Hipotesis 31

BAB III METODE PENELITIAN 33
3.1 Rancangan Penelitian 33
3.2 Batasan Penelitian 34
3.3 Identifikasi Variabel 34
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 35
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel 38
3.6 Penyusunan Instrumen Penelitian 39
3.7 Metode Pengumpulan Data 40
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas 41
3.9 Teknik Analisis Data 43

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA 50
4.1 Gambaran Subyek Penelitian 50
4.2 Analisis Data 54
4.3 Pembahasan 74

BAB V PENUTUP 79
5.1 Kesimpulan 79
5.2 Keterbatasan Penelitian 79
5.3 Saran 80

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
PERBANAS

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 : Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2018 3

Tabel 1.2 : Data Peminat Sepeda Motor Matic Tahun 2016-2018 4

Tabel 2.1 : Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu 18

Tabel 3.1 : Kriteria Penilaian Indikator 38

Tabel 3.2 : Kisi-Kisi Kuesioner 40

Tabel 4.1 : Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan 51

Tabel 4.2 : Identitas Responden Berdasarkan Usia 52

Tabel 4.3 : Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 54

Tabel 4.4 : Tabel Interval Kelas 55

Tabel 4.5 : Tabel Statistik Deskriptif 56

Tabel 4.6 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek 57

Tabel 4.7 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek 58

Tabel 4.8 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Yang Dirasakan 59

Tabel 4.9 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Beli 60

Tabel 4.10 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil 61

Tabel 4.11 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Besar 62

Tabel 4.12 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil 63

Tabel 4.13 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Sampel Besar 64

Tabel 4.14 : Hasil Analisis Uji Multikolinearitas 65

Tabel 4.15 : Hasil Analisis Uji Autokorelasi 66

Tabel 4.16 : Hasil Analisis Uji Normalitas 67

Tabel 4.17 : Ringkasan Regresi Linier Berganda 68

Tabel 4.18 : Ringkasan Koefisien Korelasi Dan Determinasi 71

Tabel 4.19 : Hasil Perhitungan Uji F 72

Tabel 4.20 : Hasil Perhitungan Uji T 73

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 : Model Penelitian Elham Fakhri Tomalie,(2016) 12

Gambar 2.2 : Model Penelitian Ren-Fang Chao,(2016) 14

Gambar 2.3 : Model Penelitian Ibraheem Saleh Al Koliby,(2018) 16

Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran,(2019) 31

Gambar 4.1 : Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan 51

Gambar 4.2 : Identitas Responden Berdasarkan Usia 53

Gambar 4.3 : Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 54

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Responden Sampel Kecil

Lampiran 3 : Tabulasi Sampel Kecil

Lampiran 4 : Data Responden Sampel Besar

Lampiran 5 : Tabulasi Sampel Besar

Lampiran 6 : Karakteristik Responden

Lampiran 7 : Analisis Deskriptif

Lampiran 8 : Uji Validitas Sampel Kecil

Lampiran 9 : Uji Validitas Sampel Besar

Lampiran 10 : Uji Reliabilitas Sampel Kecil

Lampiran 11 : Uji Reliabilitas Sampel Besar

Lampiran 12 : Teknik Analisis Data

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY AND ITS INFLUENCE ON THE INTENTION TO BUY A HONDA VARIO MOTORCYCLE IN SURABAYA

Geby Laylany Widjanarko
STIE Perbanas Surabaya
Email : 2015210337@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

The brand image makes the company have a competitive advantage over a product in creating a relationship between consumers and producers. The brand image helps to realize the company's goals so that products received by consumers various promotional techniques in business scenarios are used by marketers to influence consumer purchase intentions in terms of motorcycle products in particular Honda Vario brand. Brand awareness is a key element of a brand that has reached the dominant level of awareness that a customer who has brand awareness can automatically explain the brand elements without being helped. The perceived quality is the whole of views and evaluations or evaluations in quality and excellence to serve customers to increase sales and increase consumer purchase intention. Through this research, efforts have been made to find out brand awareness, brand image and perceived quality which is considered to have an impact on purchase intention towards. To conduct this research, data collected through purposive sampling from 130 respondents through descriptive research design techniques. Then the data are analyzed and the hypothesis is tested using multiple regression techniques. The results showed that brand awareness, brand image, perceived quality affected purchase intention.

Keywords : Brand awareness, Brand image, Perceived quality and Purchase intention.

KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, KUALITAS YANG DIRASAKAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP NIAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA VARIO DI SURABAYA

Geby Laylany Widjanarko
STIE Perbanas Surabaya
Email : 2015210337@students.perbanas.ac.id

ABSTRAK

Citra merek membuat perusahaan memiliki keunggulan kompetitif terhadap suatu produk dalam menciptakan hubungan antara konsumen dan produsen citra merek membantu untuk mewujudkan tujuan perusahaan agar produk di terima oleh konsumen. berbagai teknik promosi dalam skenario bisnis digunakan oleh pemasar untuk mempengaruhi niat beli konsumen dalam hal produk sepeda motor khususnya merek Honda Vario. Kesadaran merek merupakan elemen kunci dari merek yang telah mencapai tingkat kesadaran dominan seorang pelanggan yang memiliki kesadaran merek secara otomatis dapat memaparkan elemen-elemen merek tanpa dibantu. Kualitas yang dirasakan merupakan kesuluruhan dari pandangan-pandangan maupun penilaian atau evaluasi dalam kualitas dan keunggulan untuk melayani pelanggan agar meningkatkan penjualan dan meningkatkan niat beli konsumen. Melalui penelitian ini, upaya telah dilakukan untuk mengetahui kesadaran merek, citra merek dan kualitas yang dirasakan dianggap berdampak pada niat beli terhadap.Untuk melakukan penelitian ini, data yang dikumpulkan melalui purposive sampling dari 130 responden melalui teknik desain penelitian deskriptif. Kemudian data dianalisis dan hipotesis diuji dengan menggunakan teknik regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran merek, citra merek, kualitas yang dirasakan mempengaruhi niat beli

Kata kunci : Kesadaran merek, Citra merek, Kualitas yang dirasakan dan Niat Beli.