

**ANALISIS PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA  
(Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Yamaha di Wilayah Perumnas 1, 2, dan  
3 Karawaci Tangerang)**

**Skripsi  
Untuk memenuhi sebagian  
Persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

**Diajukan oleh :**

**Nama : RETNO LIES SETYAWATI**

**NIM : 2011 – 11 – 163**



**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ESA UNGGUL  
JAKARTA  
2015**



FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Retno Lies Setyawati  
NIM : 2011 – 11 – 163  
Program Studi : S-1 Ekonomi/Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul : Analisis Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian  
Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor  
Yamaha di Wilayah Perumnas 1, 2, dan 3 Karawaci Tangerang)

Jakarta, 11 Februari 2015

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

( Drs. Sugiyanto, MM )

Pembimbing

( Ir. Jatmiko, MM, MBA )

## LEMBAR PENGESAHAN



Nama : Retno Lies Setyawati  
Nim : 2011 – 11 – 163  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Telah dinyatakan lulus ujian skripsi pada tanggal 2 Maret 2015 dihadapan pembimbing dan penguji dibawah ini :

Pembimbing

( Ir. Jatmiko, MM, MBA )

Tim Penguji :

Ketua : Ir. Jatmiko, MM, MBA

Anggota : 1. Prof Dr. Lia Amalia, MM

2. Dra. I'in E Madiani, ME

Jakarta, 5 Maret 2015

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

Ketua Program Studi

( Drs. Sugiyanto, MM )

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkat dan karunia yang dilimpahkan - Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Yamaha di Wilayah Perumnas 1, 2, dan 3 Karawaci Tangerang)” dengan baik, yang dilaksanakan dari bulan Oktober 2013 hingga Februari 2014. Berkat doa, dukungan, dan perhatian dari orang-orang terdekat dan keluarga, saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan tepat waktu.

Penulisan skripsi ini diwujudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk dalam rangka menyelesaikan program kesarjanaan Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ekonomi, jurusan Manajemen di Universitas Esa Unggul Jakarta. Tentu saja penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, namun tersusun dan dikemas dengan sajian yang menarik dan memberikan manfaat untuk dibaca.

Dalam kesempatan ini saya selaku penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir Arief Kusuma A.P, MBA selaku Rektor Universitas Esa Unggul.

2. Bapak Dr. MF Arozzi A, SE, M.Si, Akt, CIA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.
3. Bapak Drs. Sugiyanto, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.
4. Bapak Ir. Jatmiko, MM, MBA selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa sabar dan penuh keikhlasan memberikan petunjuk, bimbingan, inspirasi, dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas Esa Unggul yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan berbagai fasilitas bantuan dalam penulisan skripsi ini dan selama kuliah.
6. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi dan cintai, Bapak Riyanto dan Ibu Erlia yang telah memberikan dorongan, serta doa dan bantuan moril.
7. Sahabat saya Pricilia Sonatha, Danti Dwi Sundari dan Ainun Amalia yang telah memotivasi dan memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh teman – teman seperjuangan dan satu angkatan yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata saya mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang diberikan selama saya mengerjakan

penulisan skripsi ini. Mohon maaf apabila ada nama-nama yang tidak saya cantumkan dan apabila ada sedikit atau banyak kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis mengharapkan semoga hasil penulisan skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya dan juga dapat menjadi bahan referensi bagi orang-orang yang melakukan penulisan skripsi dengan tema atau materi yang sama

Jakarta, Februari 2015

Penulis

( Retno Lies Setyawati )

## ABSTRAK

**RETNO LIES S. 2015.** *Analisis Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha* (Bapak Jatmiko).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ekuitas merek yaitu kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek, dan *brand loyalty* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha, serta faktor apakah yang paling dominan berpengaruh antara kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek, dan *brand loyalty* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di wilayah Perumnas 1, 2 dan 3 Karawaci Tangerang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen sepeda motor Yamaha di wilayah Perumnas 1, 2, dan 3 Karawaci Tangerang yang membeli dan menggunakan sepeda motor Yamaha. Dari populasi ini akan ditarik sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai responden sebanyak 100 responden. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan metode kuota sampling. Metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil analisis mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha menunjukkan bahwa faktor ekuitas merek secara parsial yaitu kesadaran merek tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha, kesan kualitas memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha, asosiasi merek tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha dan loyalitas merek tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. Sedangkan secara simultan ekuitas merek yaitu kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek berpengaruh secara bersama – sama. Dari hasil analisis mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di antara ke empat variabel yang dianalisis, maka dapat dilihat variabel kesan kualitas merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

Kata Kunci : kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek dan keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

**RETNO LIES S. 2015.** The Analysis of Brand Equity Towards Purchasing Decision of Yamaha Motorcycles (Suvervisor Mr. Jatmiko).

This research is aimed for knowing whether or not that brand equities, which are brand awareness, perceived quality, brand association and brand loyalty have influences toward purchasing decision of Yamaha motorcycles, and also what factors are the most dominant between brand awareness, perceived quality, brand association and brand loyalty toward purchasing decision of Yamaha motorcycle in Perumnas 1, 2 and 3 Regions of Karawaci, Tangerang.

The population in this research is all the customers of Yamaha motorcycles in Perumnas 1, 2 and 3 Regions of Karawaci, Tangerang who purchase and use Yamaha motorcycle. From the population, samples are determined to be involved in the research as 100 respondents. The sampling method in this research uses non probability sampling with quota sampling method. The analysis method which is used in the research is the Multiple Linear Regression Analysis.

The result of this research shows that analyses of factors influencing purchasing decision of Yamaha motorcycle shows that brand equity factor, brand awareness partially does not influence purchasing decision of Yamaha motorcycle, perceived quality partially influences the purchasing decision, brand association does not partially influence the purchasing decision and brand loyalty does also not influence partially the purchasing decision. Simultaneously, brand equities which are brand awareness, perceived quality, brand association and brand loyalty do influence the purchasing. From the analysis of Yamaha motorcyle purchasing decision between four analyzed variables, it can be assessed perceived quality influences the purchasing decision with dominant value of Yamaha motorcycle.

**Keywords** : *brand awareness, perceived quality, brand assosiation, brand loyalty and purchasing decision.*

## **DAFTAR ISI**



		<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b>	.....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	.....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	.....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b>	.....	iv
<b>ABSTRAK</b>	.....	vii
<b>DAFTAR ISI</b>	.....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b>	.....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	.....	xvi
<b>BABI</b>	<b>PENDAHULUAN</b>	
	A. Latar Belakang Masalah.....	1
	B. Identifikasi Masalah.....	5
	C. Pembatasan Masalah.....	5
	D. Perumusan Masalah.....	5
	E. Tujuan Penelitian.....	6
	F. Manfaat Penelitian.....	7
	G. Sistematika Penelitian.....	8

## BABII    LANDASAN TEORI

A. Pemasaran .....	10
1. Pengertian Pemasaran.....	10
2. Tujuan dan Manfaat Pemasaran .....	11
B. Merek .....	12
1. Pengertian Merek .....	12
2. Manfaat Merek .....	14
C. <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek) .....	16
1. Penegertian <i>Brand Equity</i> .....	16
2. Manfaat <i>Brand Equity</i> .....	17
3. Membangun <i>Brand Equity</i> .....	18
4. Dimensi <i>Brand Equity</i> .....	20
D. Keputusan Pembelian.....	21
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	23
3. Pihak – pihak yang Terlibat Dalam Keputusan Pembelian.....	27
4. Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	28
5. Hubungan Keputusan Pembelian dengan <i>Brand Equity</i> .....	32
E. Penelitian Terdahulu .....	33

F. Model Penelitian .....	35
G. Kerangka Pikir Penelitian .....	36
H. Hipotesis.....	38

### **BAB III    METODOLOGI PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	40
B. Jenis dan Sumber Data .....	40
1. Jenis data .....	40
2. Sumber Data.....	41
C. Populasi dan Sampel .....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel.....	42
D. Metode Pengumpulan Data.....	45
E. Metode Analisis Data.....	47
1. Uji Validitas .....	48
2. Uji Reliabilitas .....	49
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
a) Uji t .....	52
b) Uji f .....	53
c) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
F. Definisi Operasional Variabel.....	54

**BAB IV    GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK  
RESPONDEN**

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	58
1. Sejarah Perusahaan .....	58
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	60
3. Struktur Organisasi Perusahaan .....	61
4. Jenis – jenis Sepeda Motor Yamaha .....	62
B. Karakteristik Responden .....	66
1. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
2. Berdasarkan Usia .....	67
3. Berdasarkan Pendidikan.....	67
4. Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	68
5. Berdasarkan Pendapatan .....	69

**BABV    ANALISIS DATA**

A. Uji Validitas .....	70
B. Uji Reliabilitas .....	72
C. Regresi Linier Berganda .....	72
1. Uji t .....	75
2. Uji f .....	77
3. Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ). .....	78

D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	83
B. Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.1	Perkembangan Jumlah Kendaraan Tahun 2009 – 2012 .....	1
1.2	Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2013 - 2014 .....	3
2.1	Jenis Keputusan Pembelian atau Konsumsi .....	22
2.2	Tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	28
2.3	Hubungan keputusan pembelian dengan <i>brand equity</i> (ekuitas merek).....	32
2.4	Tabel Penelitian Terdahulu .....	33
3.1	Operasional Variabel.....	57
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	67
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	67
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	68
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	69
5.1	Hasil Uji Validitas .....	70
5.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	72
5.3	Hasil Perhitungan Unstandardized Coefficients dan Standardized Coefficients.....	73

5.4 Hasil Perhitungan Unstandardized Coefficients dan Standardized Coefficients.....	75
5.5 Tabel Anova .....	77
5.6 Tabel Koefisien Detetrminan.....	78

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Nama Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	31
2.3	Model Penelitian .....	35
2.4	Kerangka Pikir Penelitian.....	37
5.1	Sepeda Motor Yamaha Jenis Matic .....	63
5.2	Sepeda Motor Yamaha Jenis Moped.....	64
5.3	Sepeda Motor Yamaha Jenis Sport .....	65
5.4	Sepeda Motor Yamaha Jenis CBU .....	66