

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEKAS DI RALZI
MOTOR DALU-DALU
KABUPATEN ROKAN HULU**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

NAPSIAH

NIM : 1225053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2017**

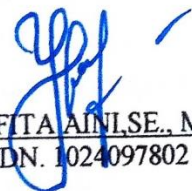
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : NAPSIAH
NIM : 1225053
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
BEKAS DI RALZI MOTOR DALU-DALU KABUPATEN
ROKAN HULU

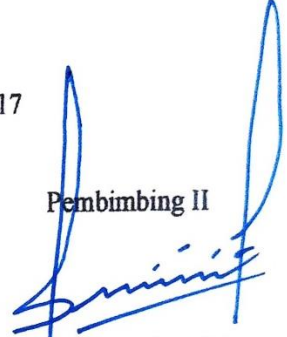
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Selasa, 24 Januari 2017 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 13 November 2017

Pembimbing I

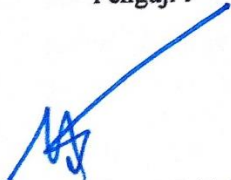

YULHITA AINI, SE., MM
NIDN. 1024097802

Pembimbing II

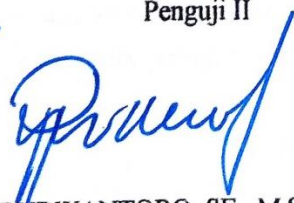

SEPRINI, SE., MM
NIDN. 10 2509 7804

Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

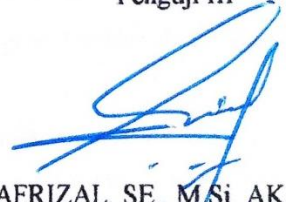
Penguji I


MAKMUR, SE., MMA
NIDN. 1010038001

Penguji II


PURWANTORO, SE., M.Si
NIDN. 1030049001

Penguji III


ANDI AFRIZAL, SE., M.Si. AK. CA
NIDN. 1014118301

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



YULHITA AINI, SE., MM
NIDN. 1024097802

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **NAPSIAH**
Nomor Induk Mahasiswa : **1225053**
Program Studi : **Manajemen**
Judul Skripsi : **PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA BEKAS DI RALZI MOTOR DALU-
DALU KABUPATEN ROKAN HULU**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta tidak juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, Januari 2017

Yang Membuat Pernyataan



ABSTRAK

NAPSIAH. NIM: 1225053. 2016. PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEKAS DI RALZI MOTOR DALU-DALU KABUPATEN ROKAN HULU. Pembimbing I: YULFITA AINI,SE., MM dan Pembimbing II: SEPRINI, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana *brand equity*, keputusan pembelian serta pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda bekas di Ralzi Motor Dalu-dalu Kabupaten Rokan Hulu. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor bekas merek Honda pada tahun 2013 sampai 2015 di Ralzi Motor Dalu-dalu Kecamatan Tambusai Kabupaten Rokan Hulu. Sampel penelitian menggunakan teknik aksidental sampling, dengan jumlah sebanyak 81 orang. Variabel bebas (x) *brand equity*, variabel terikat (Y) keputusan pembelian. Metode pengumpulan data menggunakan penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana diperoleh hasil sebesar 0,914 menunjukkan hubungan yang kuat antara *brand equity* dengan keputusan pembelian serta berpengaruh positif. Hasil perhitungan koefisien determinasi bahwa *brand equity* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 4,55%, sedangkan sisanya 54,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian: (1) *Brand equity* yang dimiliki Honda bekas di Ralzi motor Dalu-dalu Kabupaten Rokan Hulu sudah tercermin cukup baik kepada konsumen. (2) keputusan pembelian konsumen terhadap Honda bekas di Ralzi motor Dalu-dalu Kabupaten Rokan Hulu dapat dikatakan cukup baik (3) hasil analisis data regresi linear sederhana, menunjukkan kekuatan hubungan antara *brand equity* dengan keputusan pembelian, yaitu berkorelasi secara positif sebesar 0,914. Dari hasil perhitungan pengujian hipotesis menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $t_{hitung} \quad 8.123 > 1,99045$ sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *brand equity* terhadap keputusan pembelian dapat diterima.

Kata Kunci: *brand equity*, keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Shubhanallah wa taala yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEKAS DI RALZI MOTOR DALU-DALU KABUPATEN ROKAN HULU”**.

Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih setulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Adolf Bastian, M. Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Yulfita Aini, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian sekaligus selaku pembimbing I yang telah menyediakan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini.
3. Ibu Seprini SE., MM selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian sekaligus selaku pembimbing II yang telah menyetujui dan menyediakan waktu sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini
4. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah banyak melimpahkan ilmunya kepada penulis selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

5. Pimpinan dan seluruh karyawan Ralzi motor yang telah memberikan izin dan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian kepada Ralzi motor Dalu-dalu Kabupaten Rokan Hulu.
6. Kepada Ayahanda dan ibunda tercinta yang telah memberikan nasehat, semangat, dorongan, motivasi dan do'a tanpa henti kepada penulis dalam setiap langkah. Penulis persembahkan sebagai tanda bakti penulis kepada ayahanda dan ibunda tercinta.
7. Rekan-rekan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan andil berupa saran, kritik dan koreksi selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depan.

Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan di sisi Allah Shubhanallah wa taala sebagai amal ibadah, Amin.

Pasir Pengaraian, Januari 2017

Penulis

NAPSAH
NIM : 1225053

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori	9
1. Merek (<i>Brand</i>).....	9
a. Pengertian Merek (<i>Brand</i>).....	9
b. Manfaat Merek (<i>Brand</i>).....	10
2. <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek).....	11
a. Pengertian <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek).....	11
b. Dimensi <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek).....	12
1. <i>Brand Awareness</i>	13
2. <i>Brand Association</i>	14
3. <i>Perceived Quality</i>	15
4. <i>Brand Loyalty</i>	16
3. Keputusan Pembelian.....	17

a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	18
c. Tahapan dalam Keputusan Pembelian.....	19
d. Indikator yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ..	22
4. Hubungan <i>Brand Equity</i> terhadap Keputusan Pembelian ..	24
5. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	25
B. Kerangka Konseptual	27
C. Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian	29
B. Populasi dan Sampel	29
C. Jenis dan Sumber Data	31
D. Teknik Pengambilan Data	31
E. Variabel Defenisi Operasional	32
F. Uji Instrumen Penenlitian	35
G. Teknik Analisis Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
a. Profil Toko.....	42
b. Visi dan Misi.....	42
c. Struktur Organisasi.....	43
B. Karakteristik Responden.....	43
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	45
d. Analisis Tingkat Capaian Responden (TCR).....	46
C. Analisis Data Penelitian.....	56

1. Pengujian Instrument Penelitian.....	56
a. Uji Validitas.....	56
b. Uji Reabilitas.....	58
D. Analisis Data.....	59
a. Analisis Regesi Linear Sederhana.....	59
b. Koefisien Determinasi.....	60
E. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	60

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1	Laporan Penjualan Sepeda Motor di Indonesia..... 2
Tabel 1. 2	Data penjualan Sepeda Motor Bekas di Ralzi Motor Tahun 2013-2015..... 4
Tabel 3.1	Identifikasi Variabel Penelitian..... 33
Tabel 3.2	Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner..... 36
Tabel 3.3	Pedoman untuk Memberikan kriteria TCR..... 37
Tabel 3.4	Penilaian Alpha Cronbach..... 39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 43
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 44
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... 45
Tabel 4.4	Penilaian Responden terhadap Indikator Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)..... 46
Tabel 4.5	Penilaian Responden terhadap Indikator Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)..... 47
Tabel 4.6	Penilaian Responden terhadap Indikator Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)..... 48
Tabel 4.7	Penilaian Responden terhadap Indikator Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)..... 49
Tabel 4.8	Penilaian Responden dengan Analisis TCR Variabel <i>Brand Equity</i> 50
Tabel 4.9	Penilaian Responden terhadap Indikator Nilai Emosional..... 51
Tabel 4.10	Penilaian Responden terhadap Indikator Nilai Sosial..... 52
Tabel 4.11	Penilaian Responden terhadap Indikator Nilai Kualitas..... 53
Tabel 4.12	Penilaian Responden terhadap Indikator Nilai Fungsional..... 54
Tabel 4.13	Penilaian Responden dengan Analisis TCR Variabel Keputusan Pembelian..... 55
Tabel 4.14	Hasil Pengukuran Validitas <i>Brand Equity</i> 56
Tabel 4.15	Hasil Pengukuran Validitas Keputusan Pembelian..... 57
Tabel 4.16	Reliability Statistics..... 58
Tabel 4.17	Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana..... 59

Tabel 4.18	Hasil Uji Determinasi (Adjusted R2).....	60
Tabel 4.19	Hasil Uji T (Pengujian Secara Parsial).....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual..... 28

Gambar 4.1	Struktur Organisasi Pada Ralzi Motor.....	43
------------	---	----