

**ANALISIS PENGARUH NILAI, KESADARAN MEREK DAN NIAT
BERPERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN MOBIL BMW
SEBAGAI LUXURY VEHICLE BRAND**



Disusun Oleh:

Fadhil Muhammad Sinala

20180410373

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2022**

**ANALISIS PENGARUH NILAI, KESADARAN MEREK DAN NIAT
BERPERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN MOBIL BMW
SEBAGAI LUXURY VEHICLE BRAND**

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF VALUE, BRAND CONSCIOUSNESS
AND BEHAVIOR INTENTION ON THE PURCHASE OF BMW CAR AS
LUXURY VEHICLE BRAND***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



DISUSUN OLEH:

FADHIL MUHAMMAD SINALA

20180410373

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

2022

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini,

Nama : Fadhil Muhammad Sinala

Nomor Mahasiswa : 20180410373

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH NILAI, KESADARAN MEREK DAN NIAT BERPERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN MOBIL BMW SEBAGAI LUXURY VEHICLE BRAND”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya, atau pendapat yang ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang ditulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau disebutkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 16 April 2022

A handwritten signature in black ink is written over a yellow adhesive stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number 'B600FAJX710562389'.

Fadhil Muhammad Sinala

MOTTO

"Allah senantiasa menolong seorang hamba selama hamba tersebut menolong saudaranya yang lain."

(HR Muslim)

"Hard choices, easy life. Easy choices, hard life."

(Jerzy Gregorek)

"That sometimes the reason why good things aren't happening to you, is because you are the good thing that needs to happen to other people."

(Sergio's Talks)

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah kepada hamba-nya. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orangtua, Alm. Bapak Sinala dan Mama Masnah Machfud yang telah mendidik dan mendukung saya dengan penuh kesabaran dan kebijaksanaan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas doa dan kasih sayang yang kalian berikan selama ini.
2. Saudara dan saudari saya, Dila, Farel dan Kila yang selalu memberikan saya semangat, motivasi dan kasih sayang. Terima kasih telah membuat saya selalu tersenyum bahagia menjalani hari-hari ini.
3. Terima kasih kepada semua pihak yang belum bisa disebutkan, akhir kata saya persembahkan karya ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat serta hidayahNya kepada kita semua sehingga skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Nilai, Kesadaran Merek Dan Niat berperilaku Konsumen Terhadap Pembelian Mobil Bmw Sebagai Luxury Vehicle Brand”** dapat selesai dengan tepat waktu. Tidak lupa shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

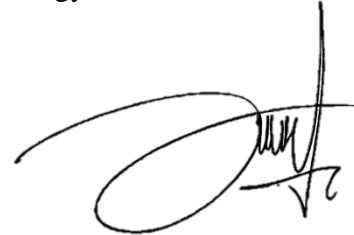
Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini:

1. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan bagi mahasiswa Manajemen.
2. Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan waktu, masukan dan bimbingan dengan sangat baik selama proses penyelesaian skripsi ini sehingga mahasiswa dapat menyelesaikan skripsi dengan perasaan senang.
3. Kedua orang tua saya yang telah memberikan segala bentuk dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan, informasi dan bekal ilmu selama masa perkuliahan yang InsyaAllah akan bermanfaat sepanjang waktu.

5. Seluruh pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Dalam penulisan tugas akhir skripsi ini saya menyadari masih banyak keterbatasan dan kekeliruan sehingga saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun pada naskah ini. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 27 Januari 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized loop on the left and a vertical line on the right with a small flourish at the bottom.

Fadhil Muhammad Sinala

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR GAMBAR	ii
ABSTRACT	iv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1 Landasan Teori	12
2.2 Definisi Variabel	13
2.3 Hubungan Antar Variabel	18
2.4 Penelitian Terdahulu	31
2.5 Model Penelitian	40
BAB III	42
METODE PENELITIAN	42
3.1 Pendekatan Penelitian	42
3.2 Responden	42
3.3 Setting Penelitian	43

3.4	Metode Penyampelan	43
3.5	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	44
3.6	Identifikasi Variabel	45
3.7	Definisi Operasional	46
3.8	Pengujian Kualitas Instrumen	48
3.9	Metode Perhitungan Data	50
BAB IV		54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	54
4.2	Subjek Penelitian	56
4.3	Pengujian Instrumen	59
4.4	Proses Analisis Data	61
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	79
BAB V		84
SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....		84
5.1	Simpulan.....	84
5.2	Keterbatasan Penelitian	87
5.3	Saran.....	88
Daftar Pustaka		89
LAMPIRAN		95
LAMPIRAN 1: Kuesioner Penelitian		95
LAMPIRAN 2: <i>Descriptive Statistics</i>.....		99
LAMPIRAN 3: <i>Diagram Path</i>.....		100
LAMPIRAN 4: Model Persamaan Struktural		101
LAMPIRAN 5: Uji Validitas		101
LAMPIRAN 6: Uji Normalitas		102
LAMPIRAN 7: Pengujian Outliers		103
LAMPIRAN 8: DEGREE OF FREEDOM		106
LAMPIRAN 9: MODEL FIT		107
LAMPIRAN 10: Regression Weights		108
LAMPIRAN 11: Direct and Indirect Effect		109
LAMPIRAN 12: Profil Responden.....		111

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan mobil di Asia Tenggara.....	17
Tabel 2. 1 penelitian terdahulu.....	34
Tabel 2. 2 Penelitian terdahulu	36
Tabel 2. 3 penelitian terdahulu.....	38
Tabel 2. 4 penelitian terdahulu.....	39
Tabel 2. 5 penelitian terdahulu.....	41
Tabel 2. 6 penelitian terdahulu.....	43
Tabel 2. 7 penelitian terdahulu.....	46
Tabel 2. 8 Penelitian terdahulu	47
Tabel 3. 1 Indikator variabel penelitian.....	63
Tabel 4. 1 Profil Responden	73
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas& Reliabilitas.....	76
Tabel 4. 3 Hasil Pengujian Normalitas	81
Tabel 4. 4 Nilai Batas Mahalonobis Distance	82
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Outliers	83
Tabel 4. 6 Degrees of Freedom	86
Tabel 4. 7 Menilai goodness of fit.....	87
Tabel 4. 8 Hubungan antara variabel	89
Tabel 4. 9 Standardized Direct Effects (Group number 1-Default model).....	92
Tabel 4. 10 Standardized Indirect Effects (Group number 1-Default model)	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Retail sales merek mobil mewah di Indonesia tahun 2020	22
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	57
Gambar 4.1 Diagram Jalur	78
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	79