

ANALISIS *BRAND AWARENESS*, PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA KIJANG INNOVA

(Studi pada Konsumen di PT. Agung Automall Cabang Sultan Mohammad Amin Pekanbaru)

ANALYSIS OF BRAND AWARENESS, PERCEPTION OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF TOYOTA KIJANG INNOVA

(Study of Consumers at PT. Agung Automall Branch Sultan Mohammad Amin Pekanbaru)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

FAKHRUL RAMADHAN HERINSYAH

20180410248

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

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Fakhru Ramadhan Herinsyah

Nomor Mahasiswa : 20180410248

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“ANALISIS *BRAND AWARENESS*, PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA KIJANG INNOVA (Studi pada Konsumen di PT. Agung Automall Cabang Sultan Mohammad Amin Pekanbaru)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 13 Agustus 2022



Fakhru Ramadhan Herinsyah

MOTTO

“Hiduplah seakan kamu mati besok,
belajarlah seakan kamu hidup selamanya”

~ Mahatma Gandhi ~

“Barang siapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu,
Allah akan memudahkan baginya jalan menuju Surga”

~ HR. Muslim ~

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”.

~ Q.S. Al Insyirah 6-8 ~

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW yang selalu memberikan hidayahNya sehingga saya masih diberikan kesehatan dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Proses pengerjaan skripsi ini tentunya tidak lepas dari doa dan dukungan dari seluruh pihak yang terlibat. Tugas akhir ini penulis persembahkan untuk:

Ayah dan Mama, terima kasih atas doa yang selalu kalian panjatkan untukku. Terima kasih atas dukungan moril, materil serta perjuangan kalian selama ini dalam mendidik anakmu sehingga sebesar ini, yang kita tahu itu sangatlah tidak mudah. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat, kesehatan, rezeki dan kasih sayangNya pada kalian, sehingga di masa depan kalian bisa tersenyum bangga melihat anakmu ini sukses dan membahagiakan kalian. Aamiin.

Terima kasih kepada dosen pembimbing skripsi saya ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., MM. yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih telah meluangkan waktu dalam kesibukannya, mengarahkan dan memberikan masukan serta memberikan semangat dengan penuh ketulusan. Terima kasih juga kepada dosen-dosen Program Studi Manajemen yang pernah mengajar saya dari semester satu, karena ilmu yang pernah diberikan kepada saya sangat bermanfaat.

Terima kasih kepada Fegi Maharani, Wahyu Adi, Moch. Hilmy, M. Dade Dito, Hukas Amartya, Yusril Zulkarnain, Friend Cipta Abadi, Ghazi Muhammad, Listio Agustiadi, Achmad Ali, Ahmad Fauzi, Mico Sumarno, DE.ER Boys, Teddy Triyanda, Fasya Ilyas, Thoriq Al-Farras dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, atas rahmat serta karunia Allah SWT saya bersyukur diberikan kemudahan dan kelancaran dalam penulisan skripsi yang berjudul “**ANALISIS BRAND AWARENESS, PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA KIJANG INNOVA**”.

Skripsi ini dibuat dan disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis berharap dengan dilakukannya penelitian ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi siapapun yang membaca dan membantu untuk penelitian selanjutnya.

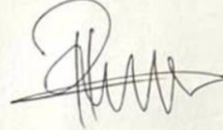
Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., C.A., CRP. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Sri Handari W, S.E., M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Dr. Siti Dyah Handayani, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran dalam memberikan masukan dan bimbingan selama penulis menyelesaikan penulisan ini.
5. Bapak Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah memberikan ilmu yang diberikan selama perkuliahan berlangsung.
6. Kepada responden yang telah membantu penulis untuk melaksanakan penelitian sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik.

Sebagai penutup, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan yang terdapat dalam karya tulis ini. Oleh karena itu, dengan lapang

dada penulis menerima saran dan masukan apapun demi perkembangan kemampuan penulis sendiri serta pengembangan penelitian dalam karya tulis ini.

Yogyakarta, 13 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Fakhru Ramadhan Herinsyah', written in a cursive style.

Fakhru Ramadhan Herinsyah

DAFTAR ISI

SKRIPSI	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	3
PERSEMBAHAN	4
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR.....	10
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. <i>Brand Awareness</i>	10
2. Persepsi Kualitas Produk.....	13
3. Persepsi Harga	16
4. Promosi.....	18
5. Keputusan Pembelian	20

B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Pengembangan Hipotesis.....	28
1. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	29
4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
D. Model Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Subjek dan Objek Penelitian.....	33
1. Subjek Penelitian	33
2. Objek Penelitian	33
B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
C. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	34
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
E. Uji Kualitas Instrumen	38
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas	38
F. Uji Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	39
1. Analisis Regresi Linear Berganda	39
2. Uji Statistik F.....	40
3. Uji Statistik t.....	40
4. Uji Koefisien Determinasi (Adj. R ²)	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	41
1. Objek Penelitian	41
2. Subjek Penelitian	42
B. Uji Kualitas Instrumen	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas.....	47

C. Analisis Data dan Uji Hipotesis	48
1. Analisis Regresi Linear Berganda	48
2. Hasil Uji F	50
3. Hasil Uji t	51
4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
D. Pembahasan	53
1. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian	53
2. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	55
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	55
4. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	56
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	58
A. Simpulan	58
B. Keterbatasan Penelitian.....	58
C. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	13
Gambar 2.2 Model Penelitian	31

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Penjualan Mobil dari Tahun 2016 sampai 2020	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	35
Tabel 3.2 Indikator Variabel Penelitian	36
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	48
Tabel 4.8 Nilai Koefisien Determinasi	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2 Karakteristik Responden	71
Lampiran 3 Uji Validitas	72
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	76
Lampiran 5 Uji F.....	77
Lampiran 6 Uji t.....	77
Lampiran 7 Koefisien Determinasi R^2	78
Lampiran 8 Hasil Cek Turnitin	79