

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
MATIC HONDA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION AND
BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION HONDA AUTOMATIC
MOTORCYCLES IN THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA***



Disusun Oleh:

RIVIAL MIRHAB HILAL

20180410471

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

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
MATIC HONDA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION AND
BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION HONDA AUTOMATIC
MOTORCYCLES IN THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA***



Telah disetujui:

Dosen Pembimbing



Misbahul Anwar, S.E., M.Si

NIK: 19670916199202143014

Yogyakarta, 18 Januari 2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Rivial Mirhab Hilal

Nomor Mahasiswa : 20180410471

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR Matic HONDA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kersajanaan dalam 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 terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 18 Januari 2023



Rivial Mirhab Hilal

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, Bapak dan Ibu yang selalu memberikan ketenangan, motivasi, doa, serta menyisihkan finansialnya, sehingga saya dapat menyelesaikan studi saya. Skripsi ini juga saya persembahkan kepada Adik saya yang telah memberikan semangat dan doa, semoga kita bisa menjadi anak yang membanggakan kedua orang tua. Kalian semua sangat berarti bagi saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik memengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

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

1. Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., CA., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberi bimbingan untuk para mahasiswa Manajemen.
3. Bapak Misbahul Anwar S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Bapak, Ibu Dosen beserta seluruh Staf Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan yang sangat berguna.
5. Bapak Nono Rismono, Ibu Tantin Mahfuroh Irawati, dan Adik saya Azriel Jannis Asyruuna yang selalu memberikan dukungan, perhatian serta doa untuk penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.

6. Seluruh saudara dan saudariku yang telah memberikan semangat, bantuan dan doa kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Oleh karena itu, untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini dibutuhkan kritik, saran, dan pengembangan penelitian lebih lanjut.

Yogyakarta, 18 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'R' followed by the name 'Rival Mirhab Hilal' in a cursive script.

Rival Mirhab Hilal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
LEMBAR PERSETUJUAN	2
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
A. Latar Belakang Penelitian	15
B. Rumusan Masalah	20
C. Tujuan Penelitian	20
D. Manfaat Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
A. Landasan Teori	22
1. Kesadaran Merek	22
2. Asosiasi Merek	23
3. Citra Merek	24
4. Keputusan Pembelian	25
B. Hasil Penelitian Terdahulu	27
C. Pengembangan Hipotesis Penelitian	33
1. Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian	33
2. Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Keputusan Pembelian	34
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	35
D. Model Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Objek dan Subjek Penelitian	37

B. Jenis Data	37
C. Teknik Pengambilan Sampel	38
D. Teknik Pengumpulan Data	39
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	40
1. Variabel bebas atau independen (Eksogen).....	40
2. Variabel terikat atau dependen (Endogen)	40
F. Uji Kualitas Instrumen	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reliabilitas.....	42
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	43
1. Uji Asumsi Klasik	43
2. Regresi Linear Berganda	45
3. Uji Simultan (Uji F)	45
4. Uji Parsial (Uji t)	46
5. Koefisien Determinasi Berganda (<i>Adjusted R²</i>)	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian	49
1. Hasil Penyebaran Kuesioner	49
2. Deskripsi Responden	49
C. Uji Kualitas Instrumen	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas.....	54
D. Analisis Data dan Uji Hipotesis	55
1. Deskripsi Variabel Penelitian	55
2. Uji Asumsi Klasik	59
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
E. Pembahasan	64
1. Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda	64
2. Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda	65

3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda	66
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	67
A. Simpulan	67
B. Keterbatasan Penelitian	68
C. Saran	68
1. Bagi Perusahaan	68
2. Bagi Peneliti Lain	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72
Lampiran 1. Kuesioner	72
Lampiran 2. Data Karakteristik Profil Responden	76
Lampiran 3. Tabulasi Data Responden	84
Lampiran 4. Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek	89
Lampiran 5. Uji Validitas Variabel Asosiasi Merek	89
Lampiran 6. Uji Validitas Variabel Citra Merek	90
Lampiran 7. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	90
Lampiran 8. Uji Reliabilitas	91
Lampiran 9. Uji Analisis Deskriptif	91
Lampiran 10. Uji Deskriptif Variabel Kesadaran Merek	91
Lampiran 11. Uji Deskriptif Variabel Asosiasi Merek	92
Lampiran 12. Uji Deskriptif Variabel Citra Merek	92
Lampiran 13. Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	92
Lampiran 14. Uji Normalitas	93
Lampiran 15. Uji Normalitas P-Plot	93
Lampiran 16. Uji Multikolinearitas	93
Lampiran 17. Uji Simultan (F)	94
Lampiran 18. Uji Parsial (t)	94
Lampiran 19. Koefisien Determinasi Berganda	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor Tahun 2022	17
Tabel 1.2 <i>Top Brand Awards</i> Sepeda Motor Matic Tahun 2022	18
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Skala Likert	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional	40
Tabel 4.1 Distribusi Data Profil Responden	50
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek	52
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Asosiasi Merek	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Citra Merek	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Deskriptif	55
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Variabel Kesadaran Merek	56
Tabel 4.9 Hasil Deskriptif Variabel Asosiasi Merek	57
Tabel 4.10 Hasil Deskriptif Variabel Citra Merek	57
Tabel 4.11 Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Linear Berganda	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan	62
Tabel 4.16 Hasil Uji t	63
Tabel 4.17 Hasil Koefisiensi Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	36
Gambar 4.1 Uji Normalitas P-Plot	59