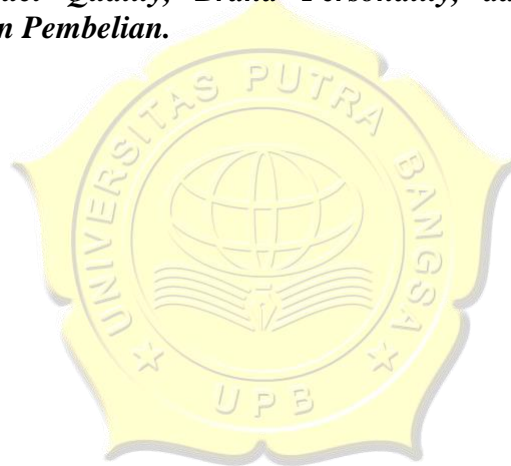


ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *product quality*, *brand personality*, dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu masyarakat umum yang telah melakukan pembelian dan pengguna Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Metode yang digunakan dalam teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dengan jumlah 100 orang responden. Alat pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan alat analisis bantuan berupa program SPSS versi 26 *for windows*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama pada variabel *product quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis kedua variabel *brand personality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis ketiga *brand awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian kualitas produk dan *brand image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Product Quality, Brand Personality, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian.*



ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of product quality, brand personality and brand awareness on purchasing decisions. The sample used in this research was the general public who had purchased and used the Honda Scoopy in Kebumen Regency. The method used in the sampling technique is purposive sampling with a total of 100 respondents. The data collection tool in this research used a questionnaire. The data analysis used in this research uses multiple linear regression analysis and uses analytical tools in the form of the SPSS version 26 for Windows program. The results of this research show that the first hypothesis on the product quality variable influences purchasing decisions. The results of the second hypothesis are that brand personality variables influence purchasing decisions. The results of the third hypothesis: brand awareness influences purchasing decisions, product quality and brand image simultaneously have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Brand Personality, and Brand Awareness of Purchasing Decisions.



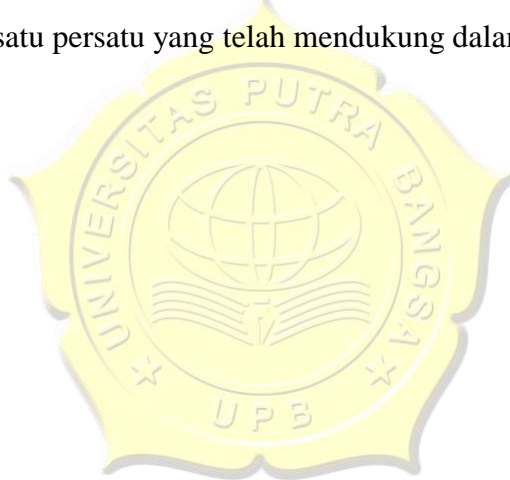
HALAMAN MOTTO

“Skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil Aalamin, sujud serta syukur kepada Allah SWT. Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan berusaha selama ini. Terimakasih atas kerja kerasnya. Mari tetap berdoa dan berusaha serta jangan menyerah untuk kedepannya. Halaman persembahan ini juga ditujukan sebagai ungkapan terimakasih kepada keluarga saya yang telah mendoakan dan memberikan dukungan penuh selama perjuangan menempuh pendidikan. Terimakasih juga kepada teman-teman saya yang telah membantu dan memotivasi saya dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih banyak untuk semua pihak yang tidak saya sebutkan satu persatu yang telah mendukung dalam perjuangan ini



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat taufik serta Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi serta dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Product Quality* , *Brand Personality*, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy”**

Tujuan penulisan Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program studi S1 Manajemen Universitas Putra Bangsa, serta sebagai bentuk pengaplikasian materi yang telah didapatkan selama perkuliahan.

Terselesainya Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, saran, serta dukungan dari berbagai pihak dan penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

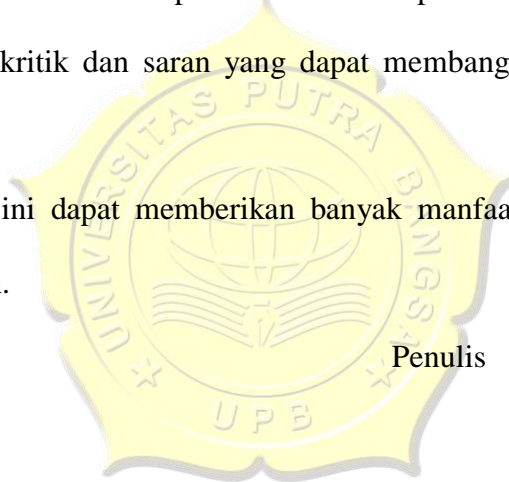
1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E.,M.M. selaku rector Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Parmin, SE.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemn
3. Ibu Indah Rohyani,S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing Skripsi, Terimakasih sudah memberikan bimbingan kepada penulis
4. Cinta pertamaku, beliau memang tidak sempat menyelesaikan bangku pendidikannya karena adanya suatu halangan, namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat sampai pada titik ini.
5. Pintu Surgaku, ibunda. Terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan Doa yang diberikan selama

ini. Terimakasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat.

6. Kedua Kakak penulis. Terimakasih untuk semua dukungan serta nasihat yang sudah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Pendidikan S1 ini.
7. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam proses pelaksanaan Skripsi serta penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon kritik dan saran yang dapat membangun untuk melengkapi Skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat untuk semua pihak yang berkepentingan.



Penulis

Anggie Safitri Yusniar
NIM 205504314

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL DEPAN | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN UJIAN | iv |
| HALAMAN BEBAS PLAGIARISME..... | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vii |
| ABSTRAKSI..... | viii |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3. Batasan Masalah..... | 11 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 13 |
| BAB II..... | 14 |
| KAJIAN PUSTAKA..... | 14 |
| 2.1. Tinjauan Teori | 14 |

| | | |
|-------------------------------|---|----|
| 2.1.1. | Keputusan Pembelian..... | 14 |
| 2.1.2. | <i>Product Quality</i> | 17 |
| 2.1.3. | <i>Brand Personality</i> | 20 |
| 2.1.4. | <i>Brand Awarenes</i> | 22 |
| 2.2. | Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| 2.3. | Hubungan Antar Variabel..... | 29 |
| 2.4. | Model Empiris | 33 |
| 2.5. | Hipotesis | 34 |
| BAB III..... | | 35 |
| METODE PENELITIAN..... | | 35 |
| 3.1. | Objek dan Subjek Penelitian | 35 |
| 3.2. | Variabel Penelitian | 35 |
| 3.3. | Definisi Operasional Variabel | 36 |
| 3.4. | Instrumen atau Alat Pengumpulan Data..... | 42 |
| 3.5. | Data dan Teknik Pengupulan Data | 44 |
| 3.6. | Populasi dan Sampel..... | 46 |
| 3.7. | Teknik Analisis..... | 48 |
| BAB IV | | 58 |
| ANALISIS DAN PEMBAHASAN | | 58 |
| 4.1. | Analisis Deskriptif..... | 58 |
| 4.2. | Analisis Statistik..... | 62 |
| 4.3. | Pembahasan | 74 |
| BAB V..... | | 80 |
| SIMPULAN | | 80 |
| 5.1. | Simpulan..... | 80 |

| | |
|-------------------------------|----|
| 5.2. Keterbatasan | 81 |
| 5.3. Implikasi..... | 81 |
| 5.3.1 Implikasi Praktis | 82 |
| 5.3.2 Implikasi Teoritis..... | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA | 86 |
| LAMPIRAN..... | 90 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel I- 1 Penjualan Sepeda Motor Tahun 2019-2020 | 2 |
| Tabel I- 2 Top Brand Index Award 2021-2023 | 3 |
| Tabel I- 3 Data Penjualan Sepeda Motor Matic dan Bebek Tahun 2019-2020 | 4 |
| Tabel I- 4 Mini Riset Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy | 5 |
| Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu | 26 |
| Tabel III- 1 Distribusi Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Kuisisioner | 38 |
| Tabel III- 2 Distribusi Variabel Product Quality (X1) pada Kuisisioner | 39 |
| Tabel III- 3 Distribusi Variabel Brand Personality (X2) pada Kuisisioner | 40 |
| Tabel III- 4 Distribusi Variabel Brand Awareness (X3) pada Kuisisioner | 41 |
| Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 60 |
| Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 60 |
| Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan | 61 |
| Tabel IV- 4 Hasil Uji Validitas Variabel Product Quality | 63 |
| Tabel IV- 5 Uji Validitas Variabel Brand Personality | 63 |
| Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel Brand Awareness | 64 |
| Tabel IV- 7 Uji Validitas Keputusan Pembelian..... | 65 |
| Tabel IV- 8 Hasil Uji Reliabilitas | 66 |
| Tabel IV- 9 Hasil Uji Multikolinearitas | 68 |
| Tabel IV- 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 70 |
| Tabel IV- 11 Hasil Uji Parsial (Uji t)..... | 72 |
| Tabel IV- 12 Hasil Uji Simultan (Uji F) | 74 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar II- 1 Model Empiris..... | 33 |
| Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas | 67 |
| Gambar IV- 2 Hasil Uji Heterokedastisitas | 68 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner..... | 90 |
| Lampiran 2 Data Responden..... | 95 |
| Lampiran 3 Data Tabulasi Kuesioner | 100 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Validitas | 104 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas | 107 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 108 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Heterokedastisitas | 109 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas..... | 110 |
| Lampiran 9 Hasil Uji Simultan (Uji F) | 111 |
| Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 112 |
| Lampiran 11 r Tabel..... | 113 |
| Lampiran 12 t Tabel | 116 |
| Lampiran 13 Kartu Konsultasi Skripsi..... | 119 |
| Lampiran 14 Kartu Seminar..... | 120 |

