

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna sepeda motor Honda Beat di Kabupaten Kebumen. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan angket/kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan antara lain uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, ujiasumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji f dan koefisien determinasi. Alat bantu pengolahan data menggunakan *SPSS for Windows version 25.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Brand Awareness*, *Brand Image*, kualitas produk, dan keputusan pembelian.



ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the influence of Brand Awareness, Brand Image and product quality on purchasing decisions for Honda Beat automatic motorbikes in Kebumen Regency. This research is quantitative research. The population in this research is Honda Beat automatic motorbike users in Kebumen Regency. The sample in this study consisted of 100 respondents. The instrument or data collection tool in this research is using a questionnaire. Data analysis techniques used include instrument tests consisting of validity and reliability tests, classical assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests and heteroscedasticity tests, multiple linear regression tests and hypothesis tests consisting of t tests, f tests and coefficients. determination. Data processing tools use SPSS for Windows version 25.0. The results of this research show that Brand Awareness, Brand Image and product quality partially influence purchasing decisions.

Keywords: Brand Awareness, Brand Image, product quality, and purchasing decisions.



HALAMAN MOTTO

“Bersyukur atas Hal Sederhana, Hidup akan jadi lebih berarti”

“Jadilah Cahaya di Tengah Kegelapan.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur mendalam dengan telah diselesaikannya skripsi ini penulis mempersembahkannya kepada :

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Daryadi dan Ibu Siti Khalimah terima kasih atas segala doa dan dukungan yang tidak pernah putus. Terima kasih sudah berjuang untukku, membesarkan dan mendidikku sampai mendapat gelar sarjanaku. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga kalian sampai melihatku berhasil dengan keputusanku sendiri. Hiduplah lebih lama.
2. Adikku tercinta, Rangga Tegar Praditya, terima kasih atas semangat dan doa yang diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat, adikku.
3. Dosen Pembimbing, Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, S.E., M.Si., yang telah membimbing saya dengan sangat baik dan penuh kesabaran sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
4. Kepada pemilik NIM 205504373 terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka. Terima kasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan. Terima kasih atas waktu, doa yang senantiasa dilangitkan dan seluruh hal baik yang diberikan selama ini.
5. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen Karyawan A Angkatan 2020 terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. *See you on top, guys!*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Di Kebumen”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjan Manajemen pada program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat pada bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa *literature*. Namun penulis sangarsadar bahwa dalam penulisan ini tentu masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua karena masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis.

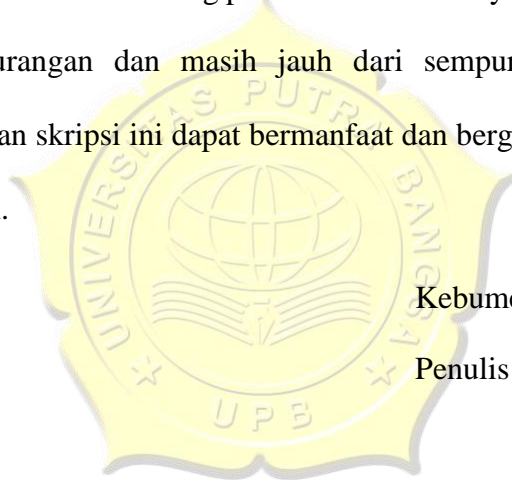
Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan fisik, memberikan bantuan tenaga, bantuan pikiran, bantuan motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu Harini Abrilia Setyawati, S.E. M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Daryadi dan Ibu Siti Khalimah yang selalu

senantiasa mendoakan, memotivasi sampai terselesainya skripsi ini.

3. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang memberikan ilmu-ilmu melalui kegiatan mengajar.
4. Semua responden yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk data yang sangat diperlukan untuk keberlangsungan penulisan skripsi.
5. Semua pihak yang yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 26 Juli 2024

Penulis

Rizka Cahya Damayanti

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN BEBAS PLAGIARISME | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vii |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT..... | ix |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan masalah..... | 13 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 14 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 16 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 16 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 18 |
| 2.1. Tinjauan Teori | 18 |
| 2.1.1. Keputusan Pembelian..... | 18 |
| 2.1.2. <i>Brand Awareness</i> | 24 |
| 2.1.3. <i>Brand Image</i> | 25 |

| | | |
|-------------------------------------|---|----|
| 2.1.4 | Kualitas Produk..... | 27 |
| 2.2. | Penelitian Terdahulu..... | 32 |
| 2.3. | Hubungan Antar Variabel | 35 |
| 2.4. | Model Empiris | 37 |
| 2.5. | Hipotesis..... | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 40 |
| 3.1. | Objek dan Subjek Penelitian | 40 |
| 3.2. | Variabel Penelitian | 40 |
| 3.3. | Definisi Operasional Variabel | 41 |
| 3.4. | Instrumen atau Alat Pengumpulan Data..... | 43 |
| 3.5. | Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 45 |
| 3.6 | Populasi dan Sampel | 47 |
| 3.7 | Teknik Analisis..... | 49 |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... | | 60 |
| 4.1 | Analisis Deskriptif..... | 60 |
| 4.2 | Analisis Statistik..... | 64 |
| 4.3 | Pembahasan | 78 |
| BAB V SIMPULAN | | 84 |
| 5.1 | Simpulan..... | 84 |
| 5.2 | Keterbatasan | 85 |
| 5.3 | Impilkasi | 86 |
| 5.3.1 | Implikasi Praktis | 86 |
| 5.3.2 | Implikasi Teoritis | 87 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 90 |
| LAMPIRAN..... | | 93 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel I- 1 Top Brand Index Sepeda Motor Tahun 2023..... | 4 |
| Tabel I- 2 Komparasi Brand Index..... | 9 |
| Tabel IV- 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 62 |
| Tabel IV- 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia Responden | 62 |
| Tabel IV- 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden | 63 |
| Tabel IV- 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan Responden | 63 |
| Tabel IV- 5 Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> | 65 |
| Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> | 66 |
| Tabel IV- 7 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk..... | 66 |
| Tabel IV- 8 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian..... | 67 |
| Tabel IV- 9 Uji Reliabilitas..... | 68 |
| Tabel IV- 10 Uji Multikolinearitas | 69 |
| Tabel IV- 11 Hasil Analisis Linear Berganda..... | 73 |
| Tabel IV- 12 Hasil uji parsial (uji T) | 75 |
| Tabel IV- 13 Uji F..... | 77 |
| Tabel IV- 14 Uji R2 | 78 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar I- 1 Grafik volume Penjualan Sepeda Motor Domestik dan Ekspor..... | 2 |
| Gambar II- 1 Model Empiris..... | 38 |
| Gambar IV- 1 Hasil Uji Heterokedastisitas | 70 |
| Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas | 72 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner..... | 94 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data..... | 99 |
| Lampiran 3 Data Responden..... | 104 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Validitas | 109 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas | 113 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 114 |
| Lampiran 7 Uji Hipotesis | 115 |
| Lampiran 8 T Tabel..... | 117 |
| Lampiran 9 R Tabel | 118 |
| Lampiran 10 Kartu Konsultasi Skripsi..... | 121 |
| Lampiran 11 Kartu Tanda Peserta Seminar | 122 |

