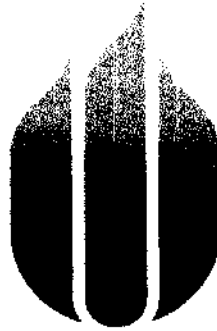


Yayasan Menara Bhakti UNIVERSITAS MERCU BUANA/ Perpustakaan Pusat	
Sumber :	Sumbangan
Tanggal :	04-02-2014
No. Reg. :	1. T12131180 2. TM1511131145



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN ASOSIASI MEREK  
TERHADAP MINAT BELI MOBIL SUZUKI ERTIGA  
PADA PT. SUZUKI INDOMOBIL MOTOR  
DI JAKARTA**

**TESIS**

Oleh  
**Zharief Zabady Mamora**  
55111110267

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
2013**



# MERCU BUANA

**PENGARUII KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN ASOSIASI MEREK  
TERHADAP MINAT BELI MOBIL SUZUKI ERTIGA  
PADA PT. SUZUKI INDOMOBIL MOTOR  
DI JAKARTA**

**TESIS**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Manajemen

**Oleh**

**Zharief Zabady Mamora**

**55111110267**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
2013**

## **ABSTRAK**

Tesis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kesadaran merek, persepsi kualitas dan asosiasi merek dengan minat beli mobil suzuki ertiga pada dealer buana indomobil trada, restu mahkota karya, dan armada perkasa mobilindo di Jakarta. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survey dimana data penelitian diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada 80 responden dengan pengambilan anggota responden menggunakan sampling insidental.

Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa variabel persepsi kualitas merupakan variabel yang paling besar mempengaruhi minat beli atas mobil Suzuki Ertiga di Jakarta. Hal ini dapat memberikan masukan kepada PT. Suzuki Indomobil Motor untuk meningkatkan kualitas dari Suzuki Ertiga, dengan memperhatikan sisi ciri khas produk, ketangguhan mesin, dan manfaat tambahan dari produk.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Minat Beli.

## **ABSTRACT**

*This thesis aims to investigate the relationship between Brand Awareness, Perceived Quality and Brand Association with purchase interest of Suzuki Ertiga in PT. Indomobil Suzuki Motor (case study buana indomobil trade, restu mahkota karya, dan armada perkasa mobilindo) at Jakarta. This research is quantitative descriptive with survey approach in which the data were obtained from questionnaire has distributed to 80 respondents using Simple Insidental for selected.*

*The results of this study showed that the perception of the quality variable is the greatest variable affecting to buying interest of Suzuki Ertiga at Jakarta. It could be provided input for PT. Indomobil Suzuki Motor to improve the quality of Suzuki Ertiga, with focusing on identity for product, engine ability, and advantages of product.*

*Keywords : Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association,  
Purchase Interest*

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas,  
Dan Asosiasi Merek Terhadap Minat Beli Mobil  
Suzuki Ertiga Pada PT. Suzuki Indomobil Motor  
Di Jakarta.**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Zharief Zabady Mamora

NIM : 55111110267

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 28 July 2013

Mengesahkan :

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**



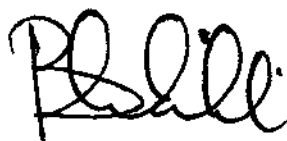
DR. Augustina Kurniasih, ME

**Direktur Program Pascasarjana**



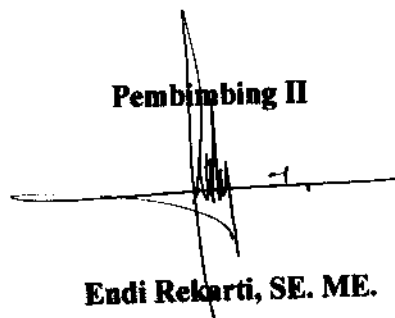
**Prof. DR. Didik J. Rachbini**

**Pembimbing Utama**



**DR. Baruna Hadibrata, MM**

**Pembimbing II**



**Endi Rekarti, SE. ME.**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : **Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Minat Beli Mobil Suzuki Ertiga Pada PT. Suzuki Indomobil Motor Di Jakarta.**

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Zharief Zabady Mamora

NIM : 55111110267

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 28 July 2013

Merupakan hasil studi analisis perusahaan, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dan program sejenis diperguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 28 July 2013



Zharief Zabady Mamora

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Asosiasi Merek Terhadap Minat Beli Mobil Suzuki Ertiga Pada PT. Suzuki Indomobil Motor (Studi Kasus Pada Dealer Buana Indomobil Trada, Restu Mahkota Karya, Dan Armada Perkasa Mobilindo) di Jakarta. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini.

1. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada DR. Baruna Hadibrata, sebagai dosen pembimbing utama serta Endi Rekarti, SE, ME. sebagai dosen pembimbing kedua yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Penulis juga berterimakasih kepada Prof. Dr. Ngadino, selaku penguji pada Seminar Proposal, Dr. Rina Astini MM, selaku penguji pada Ujian Tesis, Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.
3. Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi DR. Agustina Kurniasih, ME. Demikian juga penulis menyampaikan terimakasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan bisnis otomotif di tanah air.

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Rumusan Masalah .....	10
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian .....	11
<b>BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN</b> .....	<b>13</b>
2.1 Sejarah Perusahaan .....	13
2.2 Lingkup dan Bidang Usaha .....	14
2.3 Visi, Misi dan Tata Nilai & Budaya Perusahaan .....	15
2.4 Sumber Daya .....	16
2.5 Tantangan Bisnis .....	17

2.6	Proses Bisnis .....	21
<b>BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN</b>		
	<b>DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>22</b>
3.1	Pemasaran .....	22
3.2	Merek ( <i>Brand</i> ) .....	24
3.3	Variabel Penelitian .....	27
3.4	Pengaruh Antar Dimensi Variabel Independent dengan Dimensi Variabel Dependent .....	41
3.5	Penelitian Terdahulu .....	49
3.6	Kerangka Pemikiran .....	54
<b>BAB IV. METODE PENELITIAN .....</b>		<b>55</b>
4.1	Jenis Desain Penelitian .....	55
4.2	Ruang Lingkup .....	56
4.3	Lokasi Penelitian .....	56
4.4	Pendekatan Penelitian .....	56
4.5	Variabel Penelitian .....	57
4.6	Populasi dan Sampel Penelitian .....	63
4.7	Jenis dan Sumber Data .....	65
4.8	Teknik Pengumpulan Data .....	66
4.9	Metode Analisa Data .....	68
<b>BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>82</b>
5.1.	Profil Responden .....	82
5.2.	Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	86
5.3.	Uji Asumsi Dasar .....	90

5.4. Pembahasan Hasil.....	102
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>106</b>
6.1. Kesimpulan.....	106
6.2. Saran.....	107
6.3. Penelitian Selanjutnya.....	109

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel III.1</b>	Penelitian Terdahulu .....	49
<b>Tabel IV.1</b>	Definisi Operasional Variabel .....	61
<b>Tabel IV.2</b>	Interpretasi Koefisien Korelasi .....	79
<b>Tabel IV.3</b>	Matriks Korelasi Dimensi Antar Variabel .....	81
<b>Tabel V.1</b>	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
<b>Tabel V.2</b>	Karakteristik Berdasarkan Umur .....	83
<b>Tabel V.3</b>	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	84
<b>Tabel V.4</b>	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	85
<b>Tabel V.5</b>	Ikhtisar Validitas Kesadaran Merek .....	86
<b>Tabel V.6</b>	Reliabilitas Kesadaran Merek .....	87
<b>Tabel V.7</b>	Ikhtisar Validitas Persepsi Kualitas .....	87
<b>Tabel V.8</b>	Reliabilitas Persepsi Kualitas .....	88
<b>Tabel V.9</b>	Ikhtisar Validitas Asosiasi Merek .....	88
<b>Tabel V.10</b>	Reliabilitas Asosiasi Merek .....	89
<b>Tabel V.11</b>	Ikhtisar Validitas Minat Beli .....	89
<b>Tabel V.12</b>	Reliabilitas Minat Beli .....	89
<b>Tabel V.13</b>	Uji Normalitas .....	91
<b>Tabel V.14</b>	Uji Multikolinearitas .....	93
<b>Tabel V.15</b>	Uji Autokorelasi .....	94
<b>Tabel V.16</b>	Persamaan Garis Regresi .....	96
<b>Tabel V.17</b>	Uji Statistik t .....	97
<b>Tabel V.18</b>	Uji Statistik F .....	99
<b>Tabel V.19</b>	Koefisien Determinasi .....	100
<b>Tabel V.20</b>	Uji Korelasi Dimensi .....	101

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar I.1</b>	Persentase Merek Mobil di Indonesia Selama Periode 2010 sampai 2012.....	2
<b>Gambar I.2</b>	Penjualan Mobil Suzuki Periode April 2012 s/d Desember 2012.....	4
<b>Gambar I.3</b>	Perbandingan Tingkat Penjualan Mobil Toyota Avanza, Daihatsu Xenia, dan Suzuki Ertiga Periode April 2012 s/d Desember 2012.....	6
<b>Gambar I.4</b>	Perbandingan Rata-Rata Harga Mobil Toyota Avanza, Daihatsu Xenia, dan Suzuki Ertiga Periode April 2012 s/d Desember 2012.....	7
<b>Gambar II.1</b>	Struktur Organisasi PT Suzuki Indomobil Motor.....	17
<b>Gambar III.1</b>	Piramida Brand Awareness.....	28
<b>Gambar III.2</b>	Dimensi Kesadaran Merek.....	32
<b>Gambar III.3</b>	Dimensi Persepsi Kualitas.....	35
<b>Gambar III.4</b>	Dimensi Asosiasi Merek.....	38
<b>Gambar III.5</b>	Dimensi Minat Beli.....	41
<b>Gambar III.6</b>	Hubungan Antar Dimensi Brand Awareness dengan Minat Beli.....	43
<b>Gambar III.7</b>	Hubungan Antar Dimensi Perceived Quality dengan Minat Beli.....	46
<b>Gambar III.8</b>	Hubungan Antar Dimensi Brand Association dengan Minat Beli.....	49
<b>Gambar III.9</b>	Kerangka Pemikiran.....	54
<b>Gambar V.1</b>	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
<b>Gambar V.2</b>	Karakteristik Berdasarkan Umur.....	83
<b>Gambar V.3</b>	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	84
<b>Gambar V.4</b>	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	85
<b>Gambar V.5</b>	Uji Normalitas.....	91

<b>Gambar V.6</b> Histogram.....	92
<b>Gambar V.7</b> Uji Heteroskedastisitas.....	95