



**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK,
PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS MEREK
TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA V-IXION**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen**

Oleh:

**ARIF FADHILAH
55112120271**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**



**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK,
PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS MEREK
TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA V-IXION**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen**

MERCU BUANA

Oleh:

**ARIF FADHILAH
55112120271**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkah rahmat dan hidayah Nyalah penulis dapat menyelesaikan penulisan Karya Akhir yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program Pascasarjana Studi Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana.

Selama melakukan dan menyusun penelitian Karya Akhir ini, penulis memperoleh banyak dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada Ibu **Dr. Yolanda Masnita, MM** dan Bapak **Wawan Purwanto, SE., MM** selaku Dosen Pembimbing. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan untuk:

1. Dr. Adi Nurmahdi, MBA selaku dosen penelaah proposal tesis.
2. Priyono, SE, MM selaku ketua sidang tesis.
3. Dr. Harry Susilo, MM selaku penguji sidang tesis.
4. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana
5. Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
6. Para Dosen pengajar Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan wawasan baru dan luas.
7. Mamah dan Papah atas motivasi dan doa yang tidak pernah putus.
8. Rekan-rekan di Program Magister Manajemen angkatan XXI yang telah mengisi hari dengan keceriaan dan kekompakan pada saat kuliah.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan yang Bapak/Ibu semuanya. Amin y.r.a.

Jakarta, April 2015

Penulis

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini:

Judul : **Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-Ixion**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Arif Fadhilah

NIM : 55112120271

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : April 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di Perguruan Tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, April 2015

A green revenue stamp with the text "METERAI TEMPEL" at the top, a small Garuda emblem on the right, and "6000 ENAM RIBU RUPIAH" at the bottom. A handwritten signature is written across the stamp, and the name "Arif Fadhilah" is printed below it. A unique alphanumeric code "F4EF2ADF138203565" is visible in the center.

Arif Fadhilah

PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-Ixion**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Arif Fadhilah

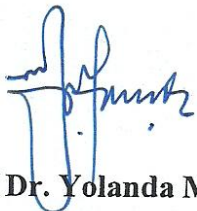
NIM : 55112120271

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : April 2015

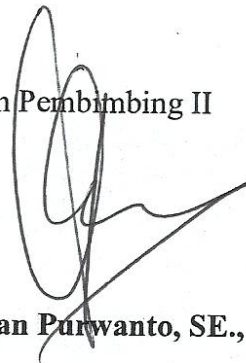
Mengesahkan:

Dosen Pembimbing I



Dr. Yolanda Masnita, MM

Dosen Pembimbing II




Wawan Purwanto, SE., MM

Direktur Pasca Sarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Progam Studi
Magister Manajemen



Dr. Augustina Kurniasih, ME

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN	iv
PENGESAHAN KARYA AKHIR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah.....	8
1.2.1. Identifikasi Masalah	8
1.2.2. Rumusan Masalah	8
1.2.3. Batasan Masalah.....	9
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II	DESKRIPSI (OBYEK PENELITIAN)
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	12
2.2 Lingkup Bidang Usaha	13
2.3 Sumber Daya	13
2.4 Tantangan Bisnis Perusahaan	14
2.5 Proses Bisnis Perusahaan	17
BAB III	KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESIS
3.1. Kajian Pustaka.....	19

3.1.1. Merek	19
3.1.2. Ekuitas Merek	20
3.1.3. Kesadaran Merek	24
3.1.4. Asosiasi Merek.....	30
3.1.5. Presepsi Kualitas	36
3.1.6. Loyalitas Merek	40
3.1.7. Keputusan Pembelian.....	45
3.2. Penelitian Terdahulu.....	51
3.3. Kerangka Pemikiran	54
3.4. Hipotesis Penelitian	57
BAB IV	METODE PENELITIAN
4.1. Desain Penelitian	58
4.2. Variabel Penelitian	58
4.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	58
4.4. Jenis dan Sumber Data.....	60
4.5. Teknik Pengumpulan Data.....	61
4.6. Populasi dan Sampel	61
4.7. Metode Analisis Data.....	62
4.7.1. Uji Instrumen	62
4.7.1.1. Uji Validitas	64
4.7.1.2. Uji Reliabilitas	65
4.7.2. Uji Asumsi Klasik	66
4.7.2.1. Uji Normalitas.....	66
4.7.2.2. Uji Multikolinieritas.....	66
4.7.2.3. Uji Heteroskedastisitas.....	67
4.7.2.4. Uji Autokorelasi.....	67
4.7.3. Uji Hipotesis	68
4.7.4. Koefisien Penentu	71
4.7.5. Analisis Korelasi Demensi.....	72

BAB V	HASIL PENELITIAN	
5.1.	Profil Responden	74
5.2.	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	75
5.3.	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	77
5.4.	Uji Asumsi Klasik	78
5.4.1.	Uji Normalitas	78
5.4.2.	Uji Multikolinieritas	79
5.4.3.	Uji Heterokedastisitas	80
5.4.4.	Uji Autokorelasi	81
5.5.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
5.6.	Pengujian Hipotesis	82
5.6.1.	Uji t	82
5.6.2.	Uji F	87
5.7.	Koefisien Penentu	89
5.8.	Matriks Korelasi antar Dimensi	90
5.9.	Pembahasan dan Temuan Penelitian	92
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1.	Kesimpulan	95
6.2.	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Penjualan Sepeda Motor anggota AISI Tahun 2011-2013	2
Tabel 1.2.	Penjualan Yamaha Vixion Januari 2013 - Febuari 2014.....	7
Tabel 4.1.	Operasional Variabel Penelitian.....	59
Tabel 4.2.	Lima Alternatif Jawaban Responden	60
Tabel 4.3.	Korelasi Dimensi Variabel	72
Tabel 4.4.	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	73
Tabel 5.1.	Karakteristik Responden	74
Tabel 5.2.	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	76
Tabel 5.3.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	77
Tabel 5.4.	One-Sample Kolmogorov Smirnov Test	78
Tabel 5.5.	Hasil Uji Multikolinieritas	79
Tabel 5.6.	Hasil Uji Auto Korelasi	82
Tabel 5.7.	Hasil Uji Regresi	82
Tabel 5.8.	Hasil Uji F.....	88
Tabel 5.9.	Nilai R dan R Square	89
Tabel 5.10.	Matriks Korelasi antar Dimensi	90
Tabel 5.11.	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	91

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	<i>Market Share</i> Motor Sport bulan Januari & Febuari.....	6
Gambar 2.1.	Proses Produksi Sepeda Motor	17
Gambar 3.1.	Konsep Ekuitas Merek.....	23
Gambar 3.2.	<i>Brand Awareness</i>	26
Gambar 3.3	Nilai Asosiasi Merek	34
Gambar 3.4	Nilai-Nilai <i>Perceived Quality</i>	36
Gambar 3.5	Piramida Loyalitas merek	41
Gambar 3.6	Nilai Loyalitas Merek	43
Gambar 3.7	Proses keputusan pembelian.....	48
Gambar 3.8	Kerangka Pemikiran	56
Gambar 5.1.	Grafik Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	102
Lampiran 2	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Responden	107
Lampiran 3	<i>Output</i> SPSS 21	119



UNIVERSITAS
MERCU BUANA