

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 125 CC**

(Studi pada Pengguna dan Pembeli Sepeda Motor di DKI Jakarta)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

Nama : Arfito Surya Kusuma

NIM : 43120010154

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2024

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 125 CC**

(Studi pada Pengguna dan Pembeli Sepeda Motor di DKI Jakarta)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

Nama : Arfito Surya Kusuma

NIM : 43120010154

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2024

i

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bersangkutan dibawah ini:

Nama : Arfito Surya Kusuma

NIM : 43120010154

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Juli 2024



Arfito Surya Kusuma

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Arfito Surya Kusuma
NIM : 43120010154
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH BRAND AWARENESS, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 125 CC (Studi pada Pengguna dan Pembeli Sepeda Motor di DKI Jakarta)
Tanggal Sidang : 22 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244273



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Awareness*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 125 Cc. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan menggunakan sepeda motor. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 170 responden. Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Dan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen penyebaran kuisioner *google form* dengan sumber data primer. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM PLS 4.0. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand awareness* , Kualitas produk, Harga, Keputusan pembelian , Honda Vario 125 Cc.



ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Brand Awareness, Product Quality, and Price on the Purchase Decision of Honda Vario 125 Cc Motorcycles. The subjects of this study are consumers who purchase and use motorcycles. The sample used in this study consists of 170 respondents. The sampling technique used in this research is non-probability sampling with the purposive sampling method. A quantitative approach method is used. The data collection technique in this study uses a questionnaire distributed via Google Forms with primary data sources. The data analysis used is statistical analysis in the form of SEM PLS 4.0. The results of this study indicate that (1) Brand awareness has a positive and significant effect on purchase decisions, (2) Product quality has a positive and significant effect on purchase decisions, (3) Price has a positive and significant effect on purchase decisions.

Keywords : Brand awareness, Product quality, Price, Purchase decisions, Honda Vario 125 Cc.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Brand Awareness*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 125 Cc”. Penulisan skripsi ini adalah syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, motivasi, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak serta memberikan kesehatan kepada Bapak dan keluarga. Selain itu dengan segala kerendahan hati, dalam kesempatan kali ini izinkan peneliti peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada yang terhormat:

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, SE., MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Anton Hindardjo, SE., MM., Ph.D. selaku ketua penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
6. Bapak Abdul Gani, S.E., M.M. selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti agar skripsi ini menjadi lebih baik.

7. Seluruh dosen dan staff Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk memberikan pelajaran kepada kami. Semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jariah Bapak/Ibu. Amiin.
8. Teristimewa, Kedua Orang Tua yang selalu memberikan doa dan dukungan moral, Material serta memberikan banyak inspirasi yang tiada hentinya kepada saya, sehingga saya mampu menyelesaikan Proposal Skripsi ini.
9. Kakak Arfi Bayu Kusuma, S.Kom. yang selalu membantu dan mengarahkan dalam penyusunan Proposal Skripsi ini.
10. Rifdah Aulia Mardiani yang selalu memberikan doa dan dukungan serta memberikan banyak pengetahuan kepada saya, sehingga saya mampu menyelesaikan Proposal Skripsi ini.
11. Kepada Teman-Teman dan Kakak Senior yang sudah memberikan semangat dan ilmu dalam pembuatan Proposal Skripsi ini.

Selain itu, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 Agustus 2024



Arfito Surya Kusuma
43120010154

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Teori	11
1. Persepsi Konsumen.....	11
a. Definisi Persepsi Konsumen	11
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen.....	12
2. Perilaku Konsumen.....	12
a. Definisi Perilaku Konsumen	12
b. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
3. Keputusan Pembelian.....	15
a. Definisi Keputusan Pembelian	15
b. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	16
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	17
4. Harga.....	19
a. Definisi Harga	19
b. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	19

c. Dimensi dan Indikator Harga	20
5. Kualitas Produk.....	21
a. Definisi Kualitas Produk.....	21
b. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	21
c. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	23
6. <i>Brand Awareness</i>	24
a. Definisi <i>Brand Awareness</i>	24
b. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Awareness</i>	25
c. Dimensi dan Indikator <i>Brand Awareness</i>	25
7. Penelitian Terdahulu	26
B. Pengembangan Hipotesis	35
1. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	36
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
4. Kerangka Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
B. Desain Penelitian.....	39
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	40
1. Definisi Variabel.....	40
2. Operasionalisasi Variabel	42
D. Skala Pengukuran.....	45
E. Populasi dan Sampel	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel.....	47
F. Metode Pengumpulan Data	48
G. Metode Analisis Data.....	48
1. Analisis Deskriptif	48
2. Analisis <i>Partial Least Square</i>	49
a. Pengertian <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	49
b. Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	50

c. Menguji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Analisis Deskriptif	54
1. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	54
2. Deskripsi Responden	55
3. Deskripsi Variabel	58
B. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	62
1. Hasil pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	62
2. Hasil pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	69
C. Pembahasan Hasil Penelitian	74
1. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian (H1)	74
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (H2).....	75
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (H3).....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	85

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Merek Motor Terlaris Tahun 2022.....	3
1. 2	Harga dan Tipe Honda Vario 125	4
1. 3	Responden Kuesioner Pra Survei.....	6
2. 1	Penelitian Terdahulu	27
3. 1	Operasionalisasi Variabel	42
3. 2	Lima Alternatif Jawaban Responden	46
4. 1	Jenis Kelamin Responden	55
4. 2	Usia Responden.....	56
4. 3	Tempat Tinggal Responden	57
4. 4	Pekerjaan Responden	57
4. 5	Deskripsi Variabel Brand Awareness	58
4. 6	Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	59
4. 7	Deskripsi Variabel Harga.....	60
4. 8	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	61
4. 9	Hasil Pengujian Convergent Validity	63
4. 10	Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	65
4. 11	Discriminant Validity (Fornell Larcker)	67
4. 12	Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait ratio of Correlations).....	67
4. 13	Composite Reliability.....	68
4. 14	Nilai R Square	69
4. 15	Nilai F Square	69
4. 16	Nilai Q Square.....	70
4. 17	Uji Hipotesis Normed Fit Index (NFI).....	70
4. 18	Uji Hipotesis Hubungan Langsung	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Penjualan Sepeda Motor Domestik Tahun 2022.....	2
2. 1	Kerangka Penelitian	37
4. 1	Analisis Algorithm PLS	64
4. 2	Hasil Algorithm (Modifikasi)	66
4. 3	Hasil Boostraping.....	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	85
2	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	92
3	Hasil Analisis Data PLS (Partial Least Square).....	94

