



**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KENDARAAN BERMOTOR HONDA VARIO DI KABUPATEN JEPARA**

Oleh :

AMIN MAULANA

NIM : 201811300

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2022



**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KENDARAAN BERMOTOR HONDA VARIO DI KABUPATEN JEPARA**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

AMIN MAULANA

NIM : 201811300

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

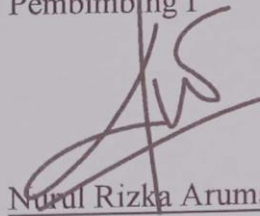
TAHUN 2022

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KENDARAAN BERMOTOR HONDA VARIO DI KABUPATEN JEPARA**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal, 27 April 2022

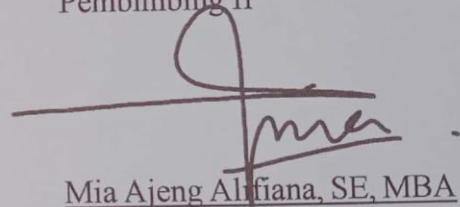
Pembimbing I



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

NIDN. 0628048702

Pembimbing II

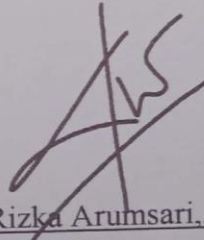


Mia Ajeng Alfiana, SE, MBA

NIDN.0601058303

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

NIDN. 0628048702

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KENDARAAN BERMOTOR HONDA VARIO DI KABUPATEN JEPARA**

Nama : Amin Maulana
NIM : 201811300
Program Studi : Manajemen

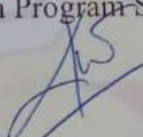
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

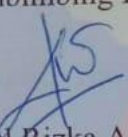
Kudus, 23 Juli 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I


(Nurul Rizka Arumsari., S.E., M.M)


(Nurul Rizka Arumsari., S.E., M.M)

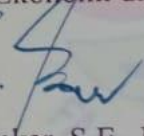
NIDN. 0628048702

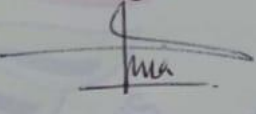
NIDN. 0628048702

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II


(Dr. Kertan Sumekar, S.E., M.M)


(Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA)

NIDN. 0616077304

NIDN.0601058303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

**“Jangan Pernah Menilai Seseorang Dari Perilakunya Tidak Baiknya,
Karena Kita Tidak Tahu Jika Ada Satu Perilaku Baiknya, Bisa Menghapus
Seluruh Dosa-Dosanya” (Umar Bin Khattab)**

**“Dan Jangan Merasa Bangga Dengan Amal Baik Kita, Karena Kita Tidak
Pernah Tahu, Satu Amal Tidak Baik Kita Bisa Menghapus Seluruh Amal
Baik Kita, Tetap Berusaha Untuk Menjadi Lebih Baik, Dan Mengingat
Tujuan Kita Didunia Dicipakan Untuk Apa”
(Umar Bin Khattab)**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Orang tua, yang selalu memberi dukungan, do'a, materi, serta kasih sayang yang penuh dengan keikhlasan.
2. Sahabat dan teman-temanku yang selalu memberikan dukungan dan pengalaman.
3. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR HONDA VARIO DI KABUPATEN JEPARA”**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta do'a dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus dan dosen pembimbing yang sudah mau bersabar membimbing saya dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi saya.
3. Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA selaku dosen pembimbing yang sudah sabar membimbing saya dan memberikan arahan yang baik dalam penyusunan skripsi saya.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah membekali ilmu, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

5. Teman-temanku yang selalu memberikan dukungan dan masukan selama ini.
6. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca umumnya.



Kudus, 27 April 2022

Penulis

Amin Maulana

201811300

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR HONDA VARIO DI KABUPATEN JEPARA

Amin Maulana

NIM. 2018-11-300

Dosen Pembimbing : 1 Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

2 Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Honda Vario Di Kabupaten Jepara, (2) pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Honda Vario Di Kabupaten Jepara (3) pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Honda Vario Di Kabupaten Jepara. Populasi pada penelitian ini adalah di kabupaten Jepara tercatat sebanyak 15.212 unit Honda Vario. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 117 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Honda Vario dengan (nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,319 > t$ tabel $1,981$), (2) terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan persepsi persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Honda Vario (nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $1,011 > t$ tabel $1,981$), (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Honda Vario (nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,021 > t$ tabel $1,981$), (4) terdapat pengaruh kepercayaan merek, persepsi kualitas, dan kesadaran merek secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Honda Vario dengan (nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan F hitung $(11,503) > F$ tabel $(2,68)$).

**Kata kunci: Kepercayaan Merek, Persepsi Kualitas, Kesadaran Merek,
Keputusan Pembelian**

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND BELIEVE, QUALITY PERCEPTION, BRAND AWARENESS ON PURCHASE DECISIONS FOR HONDA VARIO MOTOR VEHICLES IN JEPARA DISTRICT

Amin Maulana

NIM. 2018-11-300

Dosen Pembimbing : 1 Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

2 Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAGEMENT**

This study aims to determine: (1) the effect of brand trust on purchasing decisions for Honda Vario Motor Vehicles in Jepara Regency, (2) the effect of perceived quality on purchasing decisions for Honda Vario Motor Vehicles in Jepara Regency (3) the influence of brand awareness on motor vehicle purchase decisions. Honda Vario In Jepara Regency. The population in this study was in the district of Jepara as many as 71,558 units of motorized vehicles. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 117 people. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple regression. The results showed that: (1) there was a positive and significant effect of brand trust on purchasing decisions for Honda Vario Motor Vehicles (Sig. value of $0.000 < 0.05$ and t -count value of $2.319 > 1.981$), (2) there was a positive and There is no significant perception of quality perception on purchasing decisions for Honda Vario Motor Vehicles (sig. $0.000 < 0.05$ and t value $1.011 > t$ table 1.981), (3) there is a positive and significant influence of brand awareness on purchasing decisions for Honda Vario Motor Vehicles (Sig value $0.000 < 0.05$ and t value $3.021 > t$ table 1.981), (4) there is an effect of brand trust, perceived quality, and brand awareness together on purchasing decisions for Honda Vario Motor Vehicles (Sig. 0.000 value). < 0.05 and F count (11.503) $> F$ table (2.68).

Keywords: Brand Trust, Quality Perception, Brand Awareness, Purchae Decision

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	7
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Kepercayaan Merek	14
2.1.3 Persepsi Kualitas	17
2.1.4 Kesadaran Merek	19

2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	21
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu	24
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	25
2.5 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Variabel Penelitian dan Oprasional Variabel.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.5 Pengumpulan Data	34
3.6 Uji Instrumen Penelitian	35
3.7 Pengolahan Data.....	37
3.8 Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	45
4.2 Penyajian Data.....	45
4.3 Analisis data	52
4.4 Pembahasan	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Data Pembelian Motor Berdasarkan Merek.....	4
Tabel 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.2 Distribusi Umur Responden.....	46
Tabel 4.3 Variabel Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.4 Variabel Kepercayaan Merek.....	48
Tabel 4.5 Variabel Persepsi Kualitas	48
Tabel 4.6 Variabel Kesadaran Merek.....	49
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas.....	50
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas	52
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Normalitas	53
Tabel 4.10 Hasil Pengujian KMO.....	54
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Anti-image Matrices	55
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Analisis Communalities.....	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Total Variance Explained	57
Tabel 4.14 Hasil Rotated Component Matrix Rotated Component Matrixa	59
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	62
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.17 Adjusted R Square	64

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2020.....	2
Gambar 1.2 Data Penjualan Sepeda Motor Honda Tahun 2012 – 2020	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	26

