



**PENGARUH ASOSIASI MEREK DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP MINAT MEREFERENSI SEPEDA MOTOR
HONDA MEREK *SCOOPY* PADA MAHASISWA
DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

Diajukan Oleh :

SISKA MEILINA TRI LESTARI

NIM. 2013-11-197

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2017**

**PENGARUH ASOSIASI MEREK DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP MINAT MEREFERENSI SEPEDA MOTOR HONDA MEREK
SCOOPY PADA MAHASISWA DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

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

Kudus, 2017

Mengetahui,
Ketua ProgDi



AGUNG SUBONO, SE, M Si
NIDN. 00520017602

Pembimbing I



Dr. Dra. MAMIK INDARYANI, MS
NIDN. 0628045901

Mengetahui,
Dekan



Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



NOOR AZIS, SE, MM
NIDN. 0609107501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

1. Allah memberikan hikmah (ilmu yang berguna) kepada siapa yang dikehendakiNya. Barang siapa yang mendapat hikmah itu sesungguhnya ia telah mendapat kebajikan yang banyak dan tidaklah mendapat peringatan, melainkan orang-orang yang berakal (QS. Al-Baqoroh:269).
2. Ilmu lebih baik daripada harta, karena ilmu akan menjaga kamu dan semakin berkembang jika dimanfaatkan. Sedangkan harta kamulah yang menjaganya dan akan habis bila dinafkahkan (Ali bin Abi Thalib RA).

PERSEMBAHAN :

1. Ayah da Ibu tercinta
2. Teman-teman
3. Almamater UMK
4. Sahabat-sahabatku.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, atas limpahan rahmat yang tak ternilai serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **PENGARUH ASOSIASI MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT MEREFERENSI SEPEDA MOTOR HONDA MEREK *SCOOPY* PADA MAHASISWA DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS MURIA KUDUS.** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan dorongan dan nasehat dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Ibu Dra. Mamik Indaryani, MS, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Bapak Noor Azis, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.

5. Karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan bantuan do'a restu dorongan dan bantuan moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis akan bersenang hati untuk menerima kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat Amin.

Kudus, 2017

Siska Meilina Tri Lestari

NIM. 2013-11-197

ABSTRAK

PENGARUH ASOSIASI MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT MEREFERENSI SEPEDA MOTOR HONDA MEREK SCOOPY PADA MAHASISWA DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS MURIA KUDUS

Siska Meilina Tri Lestari
NIM. 2013-11-197

Dosen Pembimbing I : Dr. Dra. Mamik Indaryani, MS
Dosen Pembimbing II : Noor Azis, SE, MM

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh asosiasi merek dan kesadaran merek terhadap minat mereferensi sepeda motor Honda merek *Scoopy* pada mahasiswa di Lingkungan Universitas Muria Kudus baik secara parsial maupun secara berganda. Penelitian ini dirancang dengan desain penelitian deskriptif dan kuantitatif. Analisis data menggunakan program SPSS, guna mengetahui hasil uji regresi, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Sampel penelitian sebanyak 98 responden. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa asosiasi merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mereferensi produk sepeda motor Honda merek *Scoopy* dengan nilai probabilitas $0,003 < 0,05$ dan t hitung sebesar $3,065 > t$ tabel 1,661. Kesadaran merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mereferensi produk sepeda motor Honda merek *Scoopy* dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ dan t hitung sebesar $8,763 > 1,661$. Asosiasi merek dan kesadaran merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mereferensi produk sepeda motor Honda merek *Scoopy* dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ dan F hitung sebesar $109,946 > F$ tabel 2,700. Nilai *adjusted R square* sebesar 69,2%.

Kata kunci : Asosiasi merek dan kesadaran merek terhadap minat mereferensi.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF THE ASSOCIATION OF BRANDING AND BRAND AWARENESS AGAINST INTEREST REFERENCE MOTORCYCLE HONDA SCOOPY BRAND ON STUDENTS IN THE UNIVERSITY MURIA KUDUS

Siska Meilina Tri Lestari
NIM. 2013-11-197

Advisor I : Dr. Dra. Mamik Indaryani, MS
Advisor II : Noor Azis, SE, MM

This research aims to test the influence of brand association and brand awareness against interest reference motorcycle brand Honda Scoopy on a student in the University Muria Kudus partially or in multiple. The study was designed with a descriptive and quantitative research designs. Data analysis using SPSS program, in order to find out the results of a regression test, t test, F test, and the coefficient of determination. Sample research as much as 98 respondents. Based on the analysis that has been done in this research it can be concluded that brand association positive and significant influence against the interest in referencing the product brand Honda Scoopy motorcycle with the highest probability of $0.003 < 0.05$ and t count of $3.065 > t$ table 1.661. Brand awareness has a positive and significant influence against the interest in referencing the product brand Honda Scoopy motorcycle with probability value $0.000 < 0.05$ and t count of $8.763 > 1.661$. The Association of the brand and brand awareness have positive and significant influence towards interest reference product brand Honda Scoopy motorcycle with probability value $0.000 < 0.05$ and F count of $109.946 > F$ 2.700 tables. Adjusted R square value of 69.2%.

Key words: Association brand and brand awareness against interest reference.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Rumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Asosiasi Merek	7
2.2. Kesadaran Merek	14
2.3. Minat Mereferensi (<i>Word of Mouth</i>)	19
2.4. Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
2.5. Pengaruh antar Variabel	20
2.6. Kerangka Pemikiran Teoritis	21
2.7. Hipotesis	24
BAB. III. METODE PENELITIAN	25
3.1. Rancangan Penelitian	25
3.2. Variabel Penelitian	25
3.2.1. Macam Variabel	25
3.2.2. Definisi Operasional Variabel	26
3.3. Jenis dan Sumber Data	27
3.4. Populasi dan Sampel	27
3.5. Pengumpulan Data	29
3.6. Uji Instrumen Penelitian	29

3.6.1. Uji Validitas	29
3.6.2. Uji Reliabilitas	32
3.7. Pengolahan Data	33
3.7.1. <i>Scoring</i>	33
3.7.2. Proses Input Data ke Komputer	34
3.8. Analisis Data	34
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	39
4.2. Penyajian Data	42
4.3. Analisis Data	51
4.3.1. Analisis Regresi.....	51
4.3.2. Uji Hipotesis	52
4.4. Pembahasan	55
4.4.1. Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Minat Mereferensi ...	35
4.4.2. Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat Mereferensi	57
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Validitas Item	30
3.2. Hasil Uji Validitas Asosiasi Merek	31
3.3. Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek	31
3.4. Hasil Uji Validitas Minat Mereferensi	32
3.5. Hasil Uji Reliabilitas	33
4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Umur	46
4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi	47
4.4. Ranggapan Responden Asosiasi Merek	48
4.5. Tanggapan Responden Kesadaran Merek	49
4.6. Tanggapan Responden Mengenai Minat Mereferensi	50
4.7. Uji Model Regresi	51
4.8. Hasil Uji F	54
4.9. Koefisien Determinasi	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	23

