

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *PERCEIVED QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Survei Kepada Konsumen Pemilik Honda Beat Pada *Dealer* Honda Margo
Mulya Motor Pasar Minggu, Jakarta Selatan)**

TRIO HARIYANTO

8215088083



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

PROGAM STUDI S1 MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2013

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI





Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Nurahma Hajat, M.Si

NIP. 195310021985032001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Umi Mardiyati M.Si</u> NIP. 195702211985032002	Ketua		<u>4 Februari 2013</u>
2. <u>Agung Kresnamurti, ST, MM</u> NIP: 197404162006041001	Sekretaris		<u>5 Februari 2013</u>
3. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP: 197206171999031001	Penguji Ahli		<u>1 Februari 2013</u>
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE,MM</u> NIP: 197206272006041001	Pembimbing I		<u>5 Februari 2013</u>
5. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP: 196301191992032001	Pembimbing II		<u>4 Februari 2013</u>

Tanggal Lulus: 28 Januari 2013

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan Karya Asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta,
Yang Membuat Pernyataan

Nama : Trio Hariyanto
NIM : 8215088083

ABSTRAK

Trio Hariyanto, 2013; Pengaruh *Brand Awareness* dan *Perceived Quality* terhadap Keputusan Pembelian Survei Kepada Konsumen Pemilik Honda Beat. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Mohamad Rizan, SE., MM. & Dra. Basrah Saidani, M.Si..

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Mengetahui deskripsi tentang *brand awareness*, *perceived quality*, dan keputusan pembelian. 2) Menguji secara empiris pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian Honda Beat di *dealer* MM Motor. 3) Menguji secara empiris besar pengaruh *perceived quality* terhadap keputusan pembelian Honda Beat di *dealer* Honda Margo Mulya Motor. 4) Menguji secara empiris pengaruh *brand awareness* dan *perceived quality* secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Honda Beat. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kausal. Penelitian dilakukan terhadap 98 orang konsumen Honda Beat yang berada di *dealer* Honda Margo Mulya Motor, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner, yang kemudian diolah menggunakan SPSS 18. Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudian *perceived quality* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, *brand awareness* dan *perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk menciptakan keputusan pembelian, Honda Beat perlu memperhatikan faktor-faktor seperti *brand awareness* dan *perceived quality* karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Trio Hariyanto, 2013; *The Influence of Brand Awareness and Perceived Quality towards Decision Purchasing Honda Beat . Undergraduate Thesis: Jakarta, Concentration of Marketing Management, Management Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory team: Dr. Mohamad Rizan, SE., MM. & Dra. Basrah Saidani, M.Si.*

The purposes of this research are: 1) To know the description of brand awareness and perceived quality and the influence of them towards purchase decision of Honda Beat. 2) To test empirically the influence of brand awareness towards purchase decision of Honda Beat. 3) To test empirically the influence of perceived quality towards purchase decision of Honda Beat. 4) To test empirically the influence of brand awareness and perceived quality simultaneously towards purchase decision of Honda Beat. The analysis implemented in this research are descriptive and causal analysis. This research is taken 98 consumers of Honda Beat at dealer MM Motor while data was collected by using questionnaire and processed using SPSS 18. The result shows that partially brand awareness has a positive and significant impact toward purchase decision. Then, partially perceived quality also has a positive and significant impact toward purchase decision. Simultaneously, brand awareness and perceived quality and significant impact toward purchase decision. The empirical findings indicate that to create the purchase decision, Honda Beat need to consider brand awareness and perceived quality because those factors shown to affect the level of purchase decision.

Keywords: Brand Awareness, Perceived Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Pengaruh *Brand Awareness* dan *Perceived Quality* terhadap *Keputusan Pembelian* (Survei pada Konsumen Honda Beat di *dealer* Honda Margo Mulya Motor, Pasar Minggu). Skripsi ini disusun oleh peneliti dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

Skripsi ini mungkin tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM., selaku dosen pembimbing skripsi.
2. Dra. Basrah Saidani, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi.
3. Dra. Nurahma Hajat, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNJ.
4. Agung Wahyu Handaru, ST., MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.
5. Dra. Umi Mardiyati, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNJ yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.

7. Kedua orang tua tercinta, yang menjadi motivator terkuat peneliti untuk bisa lulus dengan segera dan yang telah memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan yang begitu besar baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya penelitian ini.
8. Untuk saudara sepupu peneliti Tantri Kuswantiningsih yang langsung maupun tidak langsung telah memberikan motivasi.
9. Teman-teman yang sangat peneliti sayangi, Mega, Isti, Acit, Isol, Teguh, Asti, Aul, Intan, Umu, Erlin, Mosin dan teman-teman manajemen non reguler lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, kalian telah sangat membantu baik dalam memberi motivasi, semangat sehingga peneliti dapat dengan segera menyelesaikan penelitian ini.
10. Untuk Citra Monica, peneliti sangat berterima kasih atas segala motivasi yang telah diberikan kepada peneliti. Sehingga peneliti bersemangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
11. Untuk Kakak Fitri, Staf administrasi jurusan Manajemen yang sangat membantu mahasiswa dalam mengurus segala macam proses yang berkaitan dengan perkuliahan dari awal masuk hingga akhir perkuliahan.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu peneliti menerima saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para peneliti maupun pembaca.

Jakarta, Januari 2013

Peneliti