

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MOBIL BEKAS**

**(Studi pada Mobil Bekas di Aura Motor Karawaci)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar**

**Sarjana Manajemen**



**MUSTHAFA HABIBIE**

**1151001016**

**PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2019**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

---

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Musthafa Habibie

NIM : 1151001016

Tanda tangan :



Tanggal : 7 Agustus 2019

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

---

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Musthafa Habibie

NIM : 1151001016

Program Studi : Manajemen


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas (Studi pada mobil bekas di Aura Motor Karawaci)

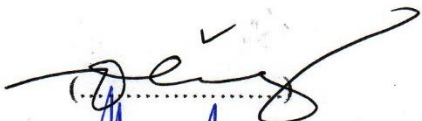
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

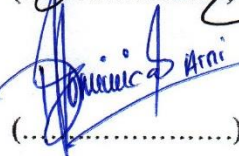
Pembimbing : Dr. Suwandi, SE., M.Si

  
(.....)

Penguji : Holila Hatta, S.Pd., M.M

  
(.....)

Penguji : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM

  
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 7 Agustus 2019

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya sampaikan kehadiran Allah SWT. Atas segala rahmat dan hidayahnya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas (Studi pada mobil bekas di Aura Motor Karawaci)” Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Bakrie.

Penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua saya tercinta, Nedi Rinaldi dan Novira Suci Wahyuni serta adik – adik tercinta yang selalu senantiasa memberikan dukungan, semangat, kasih sayang dan doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis, saya persembahkan gelar sarjana ini untuk kedua orang tua saya.
2. Bapak Dr. Suwandi, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
3. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan dukungan, kritik, saran, dan wawasan untuk mendukung penyelesaian tugas akhir ini.
4. Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE., MM. selaku dosen penguji yang telah memberikan memberikan kritik, saran, dan wawasan untuk mendukung penyelesaian tugas akhir ini.
5. Keluarga Showroom Aura Motor atas pemberian izin dalam melakukan penelitian dan selalu memberikan *support* serta meluangkan waktunya sehingga penelitian dapat diselesaikan.
6. Fachrul, Ariq dan Abdul sebagai sahabat perjuangan dari Smp, Sma hingga kuliah yang memberikan semangat yang selalu ada disaat – saat dibutuhkan, canda tawa dan kebersamaan yang begitu berharga.

7. Sahabat Rusaq Family (Nure, Kadar, Pipit, Nellisa, Ashary, Epi, Callista) yang telah menjadi keluarga selama di Jakarta dan yang senantiasa memberikan semangat dan kebersamaan yang sangat berharga dan membantu penulis dalam proses penyusunan tugas akhir.
8. Giovan Ambon, Widya Atika, Nunu, Sapiko, Ananda, Yonanda, Maulidya, Mandaz, Jordy, Teman – teman yang telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi selama penyusunan tugas akhir.
9. Semua teman - teman Universitas Bakrie dan pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, Terimakasih atas doa, saran, masukan, semangat dan dukungan yang telah diberikan selama penyusunan tugas akhir.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya mengharapkan saran dan kritik demi penyempurnaan tugas akhir ini.

Akhir kata, saya berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 7 Agustus 2019

(Musthafa Habibie)  
NIM : 1151001016

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

---

Sebagai Sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Musthafa Habibie  
NIM : 1151001016  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu sosial  
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas (Studi pada mobil bekas di Aura Motor Karawaci)

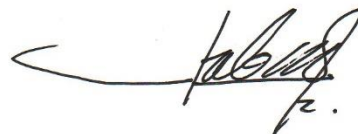
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Tanggal : 7 Agustus 2019

Yang menyatakan,



(Musthafa Habibie)

NIM : 1151001016

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MOBIL BEKAS  
(STUDI PADA MOBIL BEKAS DI AURA MOTOR KARAWACI)**

**Musthafa Habibie<sup>1</sup>**

---

**ABSTRAK**

Ekuitas merek diyakini dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dimensi ekuitas merek terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Aura Motor karawaci, dimensi ekuitas merek yang digunakan adalah kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang pernah membeli mobil bekas di Aura Motor karawaci sebagai sampel yang didapatkan dengan teknik sampling *Simple Random Sampling*. Pengujian regresi menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan pada kesadaran merek, asosiasi merek, loyalitas merek terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Aura Motor. Pada uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) terdapat pengaruh sebesar 66,3% variabel bebas terhadap variabel terikat, sedangkan sebanyak 33,7% dipengaruhi oleh variabel lain dan tidak termasuk kedalam analisis regresi ini.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek dan Keputusan Pembelian, Mobil bekas

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

# ***THE EFFECT OF BRAND EQUITY ON PURCHASE DECISION OF USED CAR***

**(STUDI PADA MOBIL BEKAS DI AURA MOTOR KARAWACI)**

**Musthafa Habibie<sup>2</sup>**

---

## ***ABSTRACT***

*Brand equity is believed to influence the purchase decisions. This study aims to analyze the effect of brand equity dimensions on used car purchasing decisions at Aura Motor Karawaci, the brand equity dimensions used are brand awareness, brand association, perceived quality, and brand loyalty, This study used a quantitative approach and involving 100 respondents who have purchased a used car at Aura Motor Karawaci as a sample obtained by Simple Random Sampling method. The analysis technique used multiple linear regression analysis with IBM SPSS Statistics 25 tools. The results are that there is a positive and significant influence partially or simultaneous influence of variable brand awareness, brand association, brand loyalty to the purchase decisions of used cars on Aura Motor. On the determination coefficient test ( $R^2$ ), there is influence of 66,3% of the independent variables on the dependent variable. Meanwhile, a total of 33,7% is influenced by other variables and not included in the regression analysis.*

*Keywords : Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty and Purchase Decisions, Used Car*

---

<sup>2</sup> Student of Universitas Bakrie, Management Major



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....                          | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....                           | ii   |
| KATA PENGANTAR .....  | iii  |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....                 | v    |
| ABSTRAK .....   | vi   |
| ABSTRACT .....  | vii  |
| DAFTAR ISI.....   | viii |
| DAFTAR TABEL.....   | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....   | xiii |
| BAB I.....  | 1    |
| PENDAHULUAN.....  | 1    |
| 1.1    Latar Belakang.....                                    | 1    |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                                  | 7    |
| 1.3    Batasan Masalah.....                                   | 7    |
| 1.4    Tujuan Penelitian.....                                 | 7    |
| 1.5    Manfaat Penelitian.....                                | 8    |
| BAB II.....   | 9    |
| TINJUAN PUSTAKA .....   | 9    |
| 2.1    Merek.....   | 9    |
| 2.2    Ekuitas Merek.....                                     | 10   |
| 2.2.1    Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....     | 13   |
| 2.2.2    Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> ) .....    | 15   |
| 2.2.3    Persepsi Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> ) ..... | 16   |

|                        |  |    |
|------------------------|--|----|
| 2.2.4                  | Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ).....      | 18 |
| 2.3                    | Keputusan Pembelian .....                          | 21 |
| 2.4                    | Penelitian Terdahulu.....                          | 25 |
| 2.5                    | Kerangka Penelitian.....                           | 26 |
| 2.6                    | Hipotesis .....                                    | 26 |
| BAB III.....           |  | 28 |
| METODE PENELITIAN..... |  | 28 |
| 3.1.                   | Jenis Penelitian .....                             | 28 |
| 3.2.                   | Populasi dan Sampel.....                           | 28 |
| 3.2.1                  | Populasi .....                                     | 28 |
| 3.2.2                  | Sampel.....  | 28 |
| 3.3.                   | Sumber Data .....                                  | 30 |
| 3.3.1                  | Data Primer .....                                  | 30 |
| 3.3.2                  | Data Sekunder .....                                | 30 |
| 3.4.                   | Variabel Penelitian dan Operasional Variabel ..... | 30 |
| 3.4.1                  | Variabel Penelitian .....                          | 30 |
| 3.4.2                  | Operasional Variabel.....                          | 31 |
| 3.5.                   | Metode Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran.....  | 33 |
| 3.6                    | Uji Instrumen Penelitian.....                      | 34 |
| 3.6.1                  | Uji Validitas .....                                | 34 |
| 3.6.2                  | Uji Realibilitas .....                             | 34 |
| 3.7                    | Uji Asumsi Klasik .....                            | 34 |
| 3.7.1                  | Uji Normalitas.....                                | 35 |
| 3.7.2                  | Uji Heteroskedastisitas.....                       | 35 |
| 3.8                    | Analisis Regresi Linier Berganda.....              | 36 |
| 3.9                    | Uji Hipotesis.....                                 | 37 |

|                      |  |    |
|----------------------|--|----|
| 3.9.1                | Uji Parsial (Uji t).....                 | 37 |
| 3.9.2                | Uji Simultan (Uji F) .....               | 37 |
| 3.9.3                | Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )..... | 38 |
| BAB IV               | .....                                    | 39 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | .....                                    | 39 |
| 4.1.                 | Analisis Karakteristik Responden .....   | 39 |
| 4.2.                 | <i>Pre-Test</i> Kuesioner .....          | 41 |
| 4.3.                 | Analisis Statistik.....                  | 43 |
| 4.3.1                | Uji Validitas .....                      | 43 |
| 4.3.2                | Uji Reliabilitas .....                   | 45 |
| 4.4.                 | Uji Asumsi Klasik .....                  | 46 |
| 4.4.1                | Uji Normalitas.....                      | 46 |
| 4.4.2                | Uji Heteroskedastisitas.....             | 47 |
| 4.5.                 | Analisis Regresi Linier Berganda.....    | 48 |
| 4.6.                 | Uji Hipotesis.....                       | 50 |
| 4.6.1                | Uji Parsial (Uji t).....                 | 50 |
| 4.6.2                | Uji Simultan (Uji F) .....               | 51 |
| 4.6.3                | Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )..... | 52 |
| 4.7.                 | Pembahasan .....                         | 52 |
| BAB V                | .....                                    | 56 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | .....                                    | 56 |
| 5.1.                 | Kesimpulan.....                          | 56 |
| 5.2.                 | Saran.....                               | 56 |
| DAFTAR PUSTAKA       | .....                                    | 58 |
| LAMPIRAN             | .....                                    | 62 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 Penjualan Showroom Aura Motor tahun 2016-2018 ..... | 5  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                          | 25 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel.....                           | 32 |
| Tabel 4.1 Merek mobil bekas yang pernah dibeli responden..... | 39 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden .....                       | 40 |
| Tabel 4.3 Uji Pre-test .....                                  | 42 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas 100 responden .....             | 44 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden .....          | 45 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....       | 46 |
| Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....         | 48 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji T (Uji Parsial) .....                     | 50 |
| Tabel 4.9 Uji F (Uji Simultan) .....                          | 51 |
| Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....           | 52 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Total Penjualan Mobil baru ( <i>Wholesales</i> ) tahun 2015 - 2018..... | 2  |
| Gambar 1.2 Pangsa Pasar Berdasarkan Merek Tahun 2018 .....                         | 3  |
| Gambar 2.1 Konsep Ekuitas Merek .....  | 11 |
| Gambar 2.2 Piramida Kesadaran Merek .....  | 14 |
| Gambar 2. 3 Piramida Loyalitas Merek .....   | 20 |
| Gambar 2.4 Tahap Proses Pengambilan keputusan .....                                | 22 |
| Gambar 2.5 Kerangka Penelitian .....   | 26 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....  | 46 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                     | 47 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |    |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuesioner.....                         | 62 |
| Lampiran 2 Analisis Karakteristik Responden ..... | 69 |
| Lampiran 3 Hasil Pre-Test Uji Validitas.....      | 71 |
| Lampiran 4 Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas.....   | 76 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Validitas .....              | 77 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas .....           | 82 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik .....          | 83 |
| Lampiran 8 Hasil Pengujian Model .....            | 84 |