

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH EKUITAS MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR YAMAHA DAN HONDA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI
GORONTALO)

SKRIPSI
Oleh

IMRAN HAJU
NIM. 931 411 178

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Rafli Hineo. S.pd, M.Si
Nip.1973061819990 1 001

Pembimbing II



Idris Yanto Niode. S.pd. MM
Nip. 19781026200501 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Hais Dama SE, M.Si
Nip. 19730305 200212 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang Berjudul "PENGARUH EKUITAS MERK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
YAMAHA DAN HONDA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI
GORONTALO)

SKRIPSI

Oleh:





IMRAN HAJU
NIM. 931 411 178

Telah Dipertahankan di Depan Penguji

Hari/Tanggal : Selasa, 17 April 2018

Waktu : 10.00 WITA

Penguji:

1. Dr. Abd. Rahman Pakaya, M.Si 1. 
NIP. 1958122 0198603 1 001
2. Dr. Andi Yusniar Mendo, SE.,MM 2. 
NIP. 19700923 20050 1 2001
3. Rafin Hinele, S.pd.,M.Si 3. 
NIP. 19730618 199903 1 001
4. Idris Yanto Niode, S.pd.,MM 4. 
NIP. 19781026 200501 1 001

Gorontalo, 17 April 2018
Dekan Fakultas Ekonomi


Imran Rosman Hambali, S.Pd, SE, MSA
NIP: 19700823 199903 1 005

ABSTRAK

Imran Haju. 931 411 178. 2017. pengaruh Ekuitas Merk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha dan Honda (studi kasus pada mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo). Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan bapak Raflin Hinelo. S.pd., M.si selaku pembimbing 1 dan bapak Idris Yanto Niode.,S.pd., MM selaku pembimbing 2.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui Pengaruh Ekuitas Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha dan Honda pada Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo. dengan cara menyebar kuisisioner kepada responden yang telah memenuhi standar sampel yang telah ditentukan sehingga data dalam penelitian ini merupakan data primer. Pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, kuisisioner dan dokumentasi. Kemudian analisis data menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS 21.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Ekuitas Merk Motor Yamaha dan Honda terhadap Keputusan Pembelian. Nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,576. Nilai ini berarti bahwa sebesar 57,6% Keputusan Pembelian oleh Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo dipengaruhi oleh citra dari sebuah merk Motor Yamaha dan Honda. Dari nilai yang dihasilkan dari analisis regresi di atas, maka dapat pula disimpulkan bahwa variabel bebas telah mampu ataupun baik dalam menjelaskan atau memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Adapun pengaruh dari variabel lain terhadap Keputusan Pembelian sebesar 42,4%. Variabel lain dapat berupa variabel bauran pemasaran yakni promosi, produk, lokasi maupun harga. Nilai t-hitung untuk nilai konstanta (untuk melihat dampak pemilihan motor Honda) sebesar 6,014 dan koefisien regresi variabel dummy (untuk melihat dampak pemilihan motor Yamaha) sebesar 8,730 jauh lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansinya juga lebih kecil dari 0,05. Dari nilai t hitung masing-masing dapat diketahui bahwa konsumen atau Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo cenderung lebih menyukai produk motor Yamaha dibandingkan dengan motor Honda.

Kata Kunci: Ekuitas Merk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Imran Hadju. 931 411 178. 2017. The Influence of Brand Equity towards Buying decision on Yamaha and Honda Motorcycle (A case study on students of State University of Gorontalo). Skripsi. Bachelor Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Raflin Hineho, S.Pd., M.Si, and the co-supervisor is Idris Yanto Niode, S.Pd., MM.

The research aims at analyzing and investigating the influence of brand equity towards buying decision of Yamaha and Honda motorcycle of State University of Gorontalo Students. Techniques of data collection are observation, a questionnaire distributed to respondents that have met the standard of sampling, and documentation. The data of this research are categorized as primary data. The technique of data analysis is a simple linear regression with the assistance of SPSS 21 program.

Findings reveal that there is a significant influence of Brand Equity of Yamaha and Honda motorcycle towards buying decision. The determination coefficient value is 0,576. This value means that for 57,6% of buying decision on Yamaha and Honda motorcycle is influenced by the brand image of Yamaha and Honda motorcycle. Besides, it can be concluded that independent variable has been able to explain or to give the information needed to predict the dependent variable. Whereas, the rest 42,4% is the influence of other variables toward buying decision such as marketing mix including promotion, product, location, and price. Value of t count for constant value (to see the effect of choosing Honda motorcycle) is 6,014 and regression coefficient of a dummy variable (to see the effect of choosing Yamaha motorcycle) is 8,730 which is very much higher than t table, and the significance value is lower than 0,05. From the value of t count, it is found that the students of State University of Gorontalo prefer Yamaha motorcycle to Honda motorcycle.

Keywords: Brand Equity, Buying Decision

