

**PENGARUH *EKUITAS MEREK*, *DIRECT MARKETING*, ATRIBUT
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HONDA BEAT
(Studi di Kecamatan Kalimanah Kabupaten Purbalingga)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen S1

Agus Wahyudin

1902010052

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

2023

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *EKUITAS MEREK*, *DIRECT MARKETING*, ATRIBUT
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HONDA BEAT
(Studi di Kecamatan Kalimanah Kabupaten Purbalingga)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen S1

Agus Wahyudin

1902010052

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *EKUITAS MEREK*, *DIRECT MARKETING*, ATRIBUT
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HONDA BEAT
(Studi di Kecamatan Kalimanah Kabupaten Purbalingga)**



SKRIPSI

AGUS WAHYUDIN

1902010052

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing



HERNI JUSTIANA ASTUTI, S.E., M.Si., Ph.D

NIK.2160183




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Agus Wahyudin
NIM : 1902010052
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Ekuitas Merek, Direct Marketing, Atribut Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat (Studi di Kalimanah Kabupaten Purbalingga)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

1. Ketua : Herni Justiana Astuti, SE., M.Si., Ph.D ()
2. Anggota I : Arini Hidayah, S.E., M.Si ()
3. Anggota II : Alfalisyado, S.E., Sy., M.E., AWP ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 17 April 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, SE., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agus Wahyudin

NIM : 1902010052

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya skripsi ini adalah karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 17 April 2023

Yang membuat pernyataan



Agus Wahyudin

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agus wahyudin

NIM : 1902010052

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royaltas Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) Kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH EKUITAS MEREK, DIRECT MARKETING, ATRIBUT
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT
(Studi di Kecamatan Kalimanah Kabupaten Purbalingga)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royaltas Non Eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih informatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempulikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 17 April 2023

Yang menyatakan,



Agus Wahyudin

MOTTO

“Sangat mudah bagi Allah untuk mengabdikan suatu keinginan hambanya, namun ada satu hal yang tidak bisa kamu dapatkan kembali, yaitu Waktu. Maka hargailah setiap waktu yang kita jalani.” (Agus)

"Dan Allah akan menguji kamu dengan sebagian dari harta bendamu dan jiwamu dalam rangka menguji kamu. Maka berikanlah sedekah, dan janganlah kamu jatuh ke dalam kesulitan." (Surat Al-Baqarah, ayat 155)

"Anda bisa mencapai apa saja yang Anda inginkan dalam hidup, asalkan Anda memiliki keberanian untuk bermimpi besar, mempertaruhkan segalanya, dan bekerja keras untuk mewujudkannya." (Oprah Winfrey)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan Karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Dengan penuh semangat dan rasa syukur, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang berjasa bagi penulis.

- ❖ Terima kasih yang tak terhingga kepada keluarga saya yang selalu memberikan motivasi dan doa selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih kepada ibu dan ayah yang selalu memberikan semangat dan dukungan, serta memberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan hingga ke jenjang Sarjana.
- ❖ Terima kasih kepada dosen pembimbing saya, Ibu Herni Justiana Astuti, S.E.,M.Si., Ph.D yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga dalam proses penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran dan pengertian yang diberikan selama proses bimbingan.
- ❖ Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung saya dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberkati dan membalas segala bantuan dan doa yang telah diberikan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Alfalisyanto, S.E., Sy., M.E., AWP, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan informasi terkait perkuliahan.
5. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan.
6. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.

7. Alfalisyado, S.E., Sy., M.E., AWP, selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
8. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
9. Untuk kedua orang tua saya Bapak Sachadi dan Ibu Kasinem, serta kakakku Ipah Nurhayati S.Pd, Nurtiani S.Pd, serta adikku Tri Wahyuni dan seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanan baik dari segi moral maupun material kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebut satu persatu. Akhir kata penulis berharap dan berdoa semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pembaca skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah Subhanahu wata'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 17 April 2023

Penulis



Agus Wahyudin

**PENGARUH EKUITAS MEREK, DIRECT MARKETING,
ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT
(Studi di Kecamatan Kalimanah Kabupaten Purbalingga)**

Agus Wahyudin¹, Herni Justiana Astuti²

Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

[1wahyudin5775@gmail.com](mailto:wahyudin5775@gmail.com) [2herni99@gmail.com](mailto:herni99@gmail.com)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *ekuitas merek*, *direct marketing*, atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Honda Beat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik pengambilan sampel yaitu *Non-Probability Sampling*, pendekatan *purposive sampling*, jumlah sampel sebanyak 110 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji analisis deskriptif, uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji kecocokan model, dan uji hipotesis. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa SPSS. *Ekuitas merek*, *direct marketing*, atribut produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Beat. *Ekuitas merek* dan *direct marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan atribut produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : Keputusan pembelian, *ekuitas merek*, *direct marketing*, atribut produk dan kualitas pelayanan

THE EFFECT OF BRAND EQUITY, DIRECT MARKETING, PRODUCT ATTRIBUTES AND SERVICE QUALITY ON HONDA BEAT PURCHASE DECISION

(Study in Kalimantan District, Purbalingga Regency)

Agus Wahyudin 1, Herni Justiana Astuti 2

Faculty of Economics and Business S1 Management Study Program

Muhammadiyah University Purwokerto

wahyudin5775@gmail.com herni99@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of brand equity, direct marketing, product attributes and service quality on Honda Beat purchasing decisions. This research uses quantitative methods, the sampling technique is Non-Probability Sampling, purposive sampling approach, the number of samples is 110 respondents. The data analysis technique used in this study is descriptive analysis test, data instrument test, classical assumption test, multiple linear regression test, model fit test, and hypothesis testing. This study uses an analytical tool in the form of SPSS. Brand equity, direct marketing, product attributes and service quality simultaneously have a positive and significant effect on Honda Beat purchasing decisions. Brand equity and direct marketing have a significant effect on purchasing decisions while product attributes and service quality have no significant effect on purchasing decisions

Keywords: *Purchase decision, brand equity, direct marketing, product attributes and service quality*

DAFTAR ISI

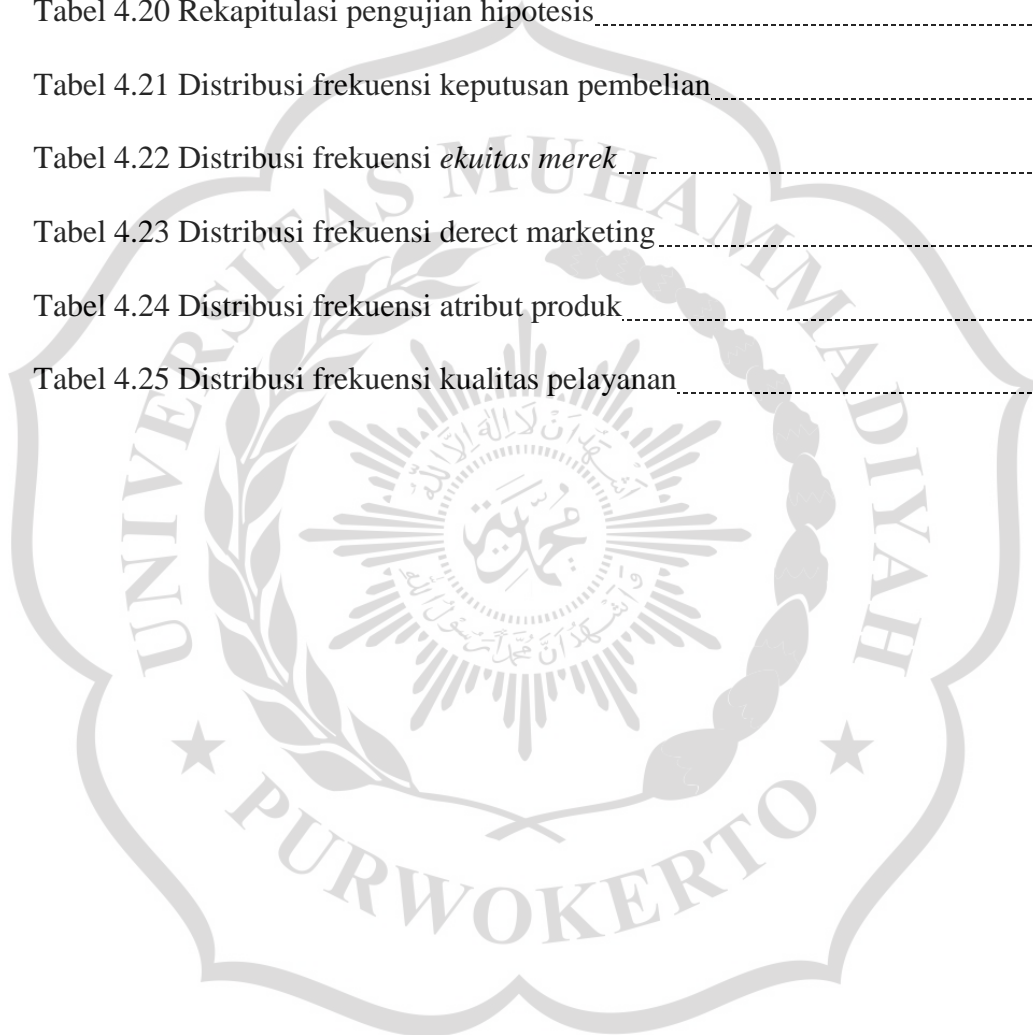
HALAMAN JUDUL	ii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	11
C. Pembatasan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian	12
BAB II.....	15
Tinjauan Pustaka.....	15
A. Landasan Teori.....	15
1. Teori kognitif.....	15
2. Teori Afektif.....	20
3. Pemasaran.....	28
4. Perilaku Konsumen	29
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis.....	41
BAB III	42
METODE PENELITIAN.....	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Populasi dan Sampel	42
C. Metode Pengumpulan Data	45
D. Variabel Penelitian	45
E. Definisi Operasional Variabel.....	46
F. Metode Analisis Data.....	52
BAB IV	63

HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Hasil Penelitian	63
1. Gambaran Umum Dealer Honda.....	63
2. Response Rate	64
3. Gambaran Umum Responden.....	65
4. Analisis Statistik Deskriptif.....	68
5. Uji Asumsi Klasik	82
6. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	86
B. Pembahasan.....	98
BAB V.....	108
PENUTUP.....	108
A. Kesimpulan	108
B. Keterbatasan Penelitian.....	109
C. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

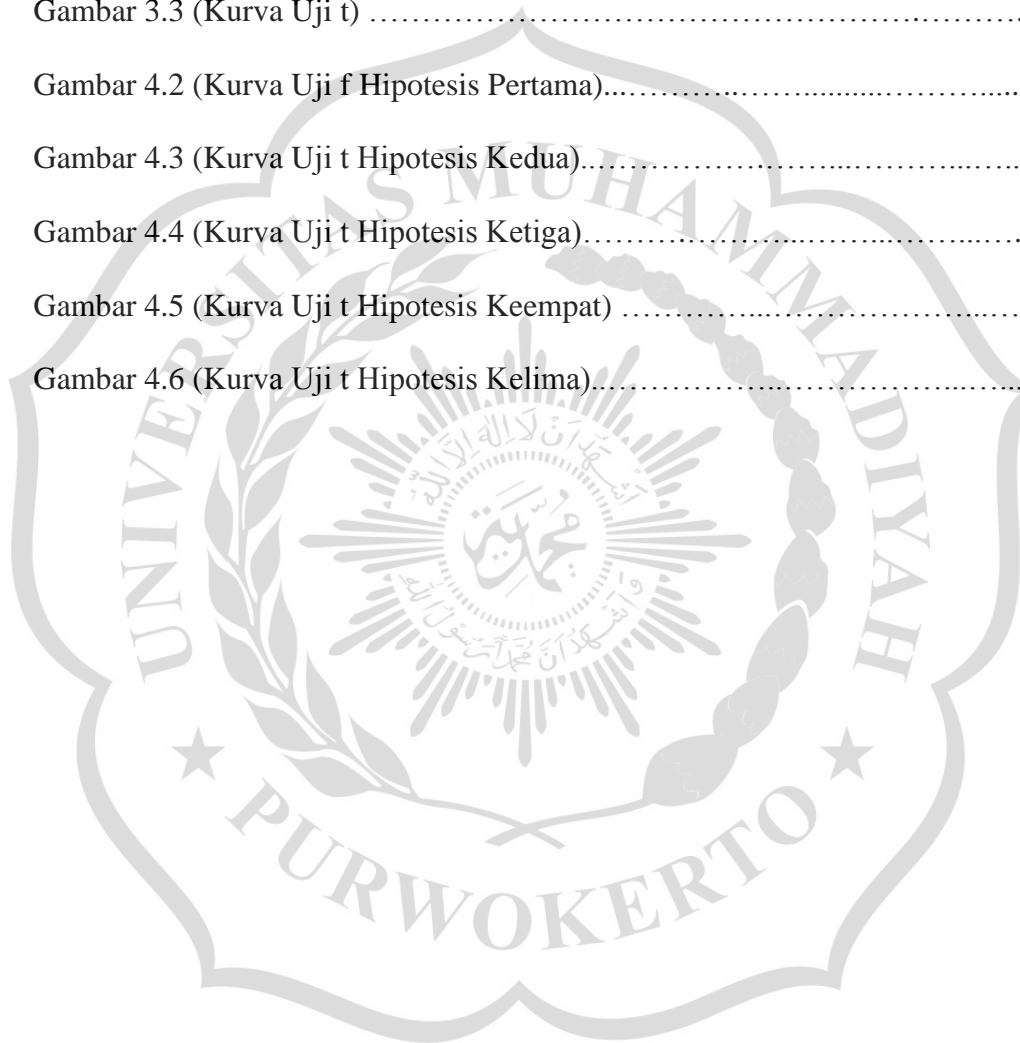
Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2021.....	2
Tabel 1.2 Distribusi Domestik Januari-Juni 2022.....	3
Tabel 1.3 Jumlah Kendaraan bermotor di Purbalingga Tahun 2021	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Responden di setiap desa/kelurahan kecamatan Kalimantan.....	42
Tabel 3.2 Definisi Operasional	45
Tabel 4.1 Respon Rate	64
Tabel 4.2 Gambaran Umum	65
Tabel 4.3 Nilai Rata-rata variabel keputusan pembelian.....	68
Tabel 4.4 Nilai rata-rata variabel <i>ekuitas merek</i>	69
Tabel 4.5 Nilai rata rata variabel <i>direct marketing</i>	71
Tabel 4.6 Nilai rata-rata variabel atribut produk.....	73
Tabel 4.7 Nilai rata-rata variabel kualitas pelayanan.....	74
Tabel 4.8 Uji validitas keputusan pembelian.....	77
Tabel 4.9 Uji validitas <i>ekuitas merek</i>	78
Tabel 4.10 Uji validitas <i>direct marketing</i>	79
Tabel 4.11 Uji validitas atribut produk.....	80
Tabel 4.12 Uji validitas kualitas pelayanan.....	81
Tabel 4.13 Uji realibilitas.....	82
Tabel 4.14 Uji normalitas.....	83
Tabel 4.15 Uji multikolinearitas.....	84

Tabel 4.16 Uji heteroskedasitas.....	86
Tabel 4.17 Uji regresi linear berganda.....	87
Tabel 4.18 Uji determinasi.....	89
Tabel 4.19 Uji F.....	91
Tabel 4.20 Rekapitulasi pengujian hipotesis.....	96
Tabel 4.21 Distribusi frekuensi keputusan pembelian.....	98
Tabel 4.22 Distribusi frekuensi <i>ekuitas merek</i>	99
Tabel 4.23 Distribusi frekuensi direct marketing.....	102
Tabel 4.24 Distribusi frekuensi atribut produk.....	104
Tabel 4.25 Distribusi frekuensi kualitas pelayanan.....	105



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 3.1 (Kurva Uji F).....	56
Gambar 3.3 (Kurva Uji t)	59
Gambar 4.2 (Kurva Uji f Hipotesis Pertama).....	92
Gambar 4.3 (Kurva Uji t Hipotesis Kedua).....	93
Gambar 4.4 (Kurva Uji t Hipotesis Ketiga).....	94
Gambar 4.5 (Kurva Uji t Hipotesis Keempat)	95
Gambar 4.6 (Kurva Uji t Hipotesis Kelima).....	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	114
Lampiran 2 : Data Karakteristik Responden.....	132
Lampiran 3 : Data Hasil Karakteristik Responden.....	136
Lampiran 4 : Data Frekuensi Distribusi Jawaban Responden.....	139
Lampiran 5 : Data Tabulasi.....	146
Lampiran 6 : Uji Analisis Deskriptif.....	160
Lampiran 7 : Uji Validitas dan Reliabilitas.....	162
Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik.....	168
Lampiran 9 : Uji Analisis Regresi dan Uji t.....	170
Lampiran 10 : Uji Kecocokan Model / Uji R.....	170
Lampiran 11 : Data R Tabel.....	171
Lampiran 12 : Data F Tabel.....	172
Lampiran 13 : Data t Tabel.....	173
Lampiran 14 : Bukti Penyebaran Kuisisioner.....	174
Lampiran 15 : Bukti Turnitin.....	175