

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*,
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL TOYOTA AVANZA DI BANJARNEGARA
(Studi pada komunitas Mobil Avanza di Banjarnegara)**



SKRIPSI

Disusun Oleh :

KHAERUL AMIR

2002010162

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
TAHUN 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*, *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA DI BANJARNEGARA

(Studi Pada Komunitas Mobil Avanza di Banjarnegara)



SKRIPSI

Oleh :

KHAERULAMIR

2002010162

Diperiksa dan disetujui oleh

Pembimbing :

Dr. Erny Rachmawati S.E., M. M

NIK. 2160122




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Khaerul Amir
NIM : 2002010162
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality*,
Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian
Mobil Toyota Avanza di Banjarnegara (Studi Pada
Komunitas Mobil Avanza di Banjarnegara)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing : Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M ()
Dosen Penguji 1 : Arini Hidayah, S.E., M.Si ()
Dosen Penguji 2 : Purnadi, S.E., M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 17 Agustus 2024

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, SE., M.Si
NK.2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khaerul Amir
NIM : 2002010162
Program Studi : Manajemn
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

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

Purwokerto, 17 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Khaerul Amir

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Khaerul Amir
NIM : 2002010162
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muahmmadiyah Purwokerto karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*, *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA DI BANJARNEGARA

(Studi Pada Komunitas Mobil Avanza Di Banjarnegara)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/menginformasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat mempublikasi, 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 Agustus 2024

Yang Menyatakan,


Khaerul Amir

HALAMAN MOTTO

“Orang lain gak akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian success stories. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang ya!”

“Janganl takut jatuh, karena yang tidak pernah memenjatlah yang tidak pernah jatuh. Jangan taku gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah. Dan Jangan takut salah, karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah yang kedua”

(Buaya Hamka)

“Saat yang paling indah dari sebuah kapal itu adalah ketika ditambatkan di dermaga, dia akan terlihat cantik bermandikan cahaya tapi jangan pernah lupa kapal di buat untuk menghajar gelombang membelah lautan”

(Benazir Bhutto)

“Letakan aku dalam hatimu, maka aku akan meletakan dalam hatiku”

(QS. Al-Baqarah : 152)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupersembahkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi sayang dengan segala kekurangannya. Segala Puji dan Syukur kepadamu Ya Rabb karena sudah mengahdirkan orang-orang yang berarti dalam hidup saya. Yang telah memberikan semangat dan doa sehingga tugas akhir skripsi saya dapat diselesaikan dengan baik.

Untuk karya yang sederhana ini, maka saya persembahkan kepada :

Orang tua saya tercinta, terima kasih atas doa dan kasih sayang bapak dan ibu berikan yang sangat berarti bagi saya dan terima kasih selalu memberikan semangat dan dukungan yang luar biasa untuk saya.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT atas segala Rahmatnya yang telah melimpahkan kesempatan, kemudahan, dan petunjuk nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Banjarnegara (Studi Pada Komunitas Mobil Avanza di Banjarnegara)”**. Skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan dalam meraih gelar sarjana Ekonomi dari Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya sadar bahwa pencapaian ini tidak terwujud tanpa bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus saya ingin menyampaikan penghargaan yang mendalam kepada:

- 1) Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- 2) Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- 3) Drs. Suyoto, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
- 4) Drs. Suyoto, Ph.D. selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya sejak dari mahasiswa baru sampai sekarang ini.
- 5) Dr. Erny Rachmawati, S. E., M.M. selaku dosen pembimbing saya yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya selama proses penyusunan skripsi ini.
- 6) Arini Hidayah, S.E., M.Si. selaku dosen penguji satu saya yang telah memberikan berbagai masukan, saran dan kritiknya untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Ekonomi.
- 7) Purnadi, S.E., M.Si. selaku dosen penguji dua saya yang telah memberikan berbagai masukan, saran dan kritiknya untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Ekonomi.

- 8) Kepada Bapak Mistar Nur Khairudin, Ibu Nipah, Kaka Sulasih, Kaka Najib, Keponakan Fathan Rafif Alhusyan dan Adik Irfan Prayoga, keluarga tercinta yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terimakasih selalu melangitkan doa, cinta, kepercayaan, dan segala bentuk yang telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung di segala pilihan dan keputusan yang diambil oleh penulis, serta tanpa lelah mendengar keluh kesah penulis hingga di titik ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figur keluarga terbaik bagi penulis.
- 9) Seluruh pihak yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembang ilmu.

Purwokerto, 17 Agustus 2024

Khaerul Amir

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*, *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA DI BANJARNEGARA

(Studi pada Komunitas mobil Avanza di Banjarnegara)

Khaerul Amir ⁽¹⁾, Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M ⁽²⁾

Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis⁽¹⁾⁽²⁾

Universitas Muhammadiyah Purwokerto⁽¹⁾⁽²⁾

khaerulamir123@gmail.com⁽¹⁾, ernyrachmawati67@gmail.com⁽²⁾

ABSTRAK

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan tujuan mengetahui pengaruh *brand awareness*, *perceived quality*, *brand image* terhadap keputusan pembelian mobil Avanza. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik *Accidental sampling* dengan kriteria yang sudah ditentukan dan diperoleh sampel sebanyak 121 responden. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heterokedaslisitas, koefisien determinan, kelayakan model, regresi linier berganda dan Uji T. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. *brand awareness* dan *perceived quality* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Kata kunci : *brand awareness*, *perceived quality*, *brand image*

***THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY,
BRAND IMAGE ON THE DECISION TO PURCHASE A TOYOTA AVANZA
CAR IN BANJARNEGARA***

(Study on the Avanza car community in Banjarnegara)

Khaerul Amir ⁽¹⁾, Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M ⁽²⁾

Management Study Program S1 Faculty of Economics and Business⁽¹⁾⁽²⁾

University of Muhammadiyah Purwokerto⁽¹⁾⁽²⁾

khaerulamir123@gmail.com ⁽¹⁾, ernyrachmawati67@gmail.com ⁽²⁾

ABSTRACT

The type of research used is quantitative research with the aim of knowing the influence of brand awareness, perceived quality, brand image on the decision to purchase an Avanza car. Sampling in this study used the Accidental sampling technique with predetermined criteria and obtained a sample of 121 respondents. Data analysis techniques used descriptive statistics, validity tests, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, determinant coefficients, model feasibility, multiple linear regression and T-test. The results of this study explain that the brand image variable has a positive and significant effect on the decision to use. brand awareness and perceived quality have a positive and insignificant effect on the decision to use.

Keywords : brand awareness, perceived quality, brand image

DAFTAR ISI

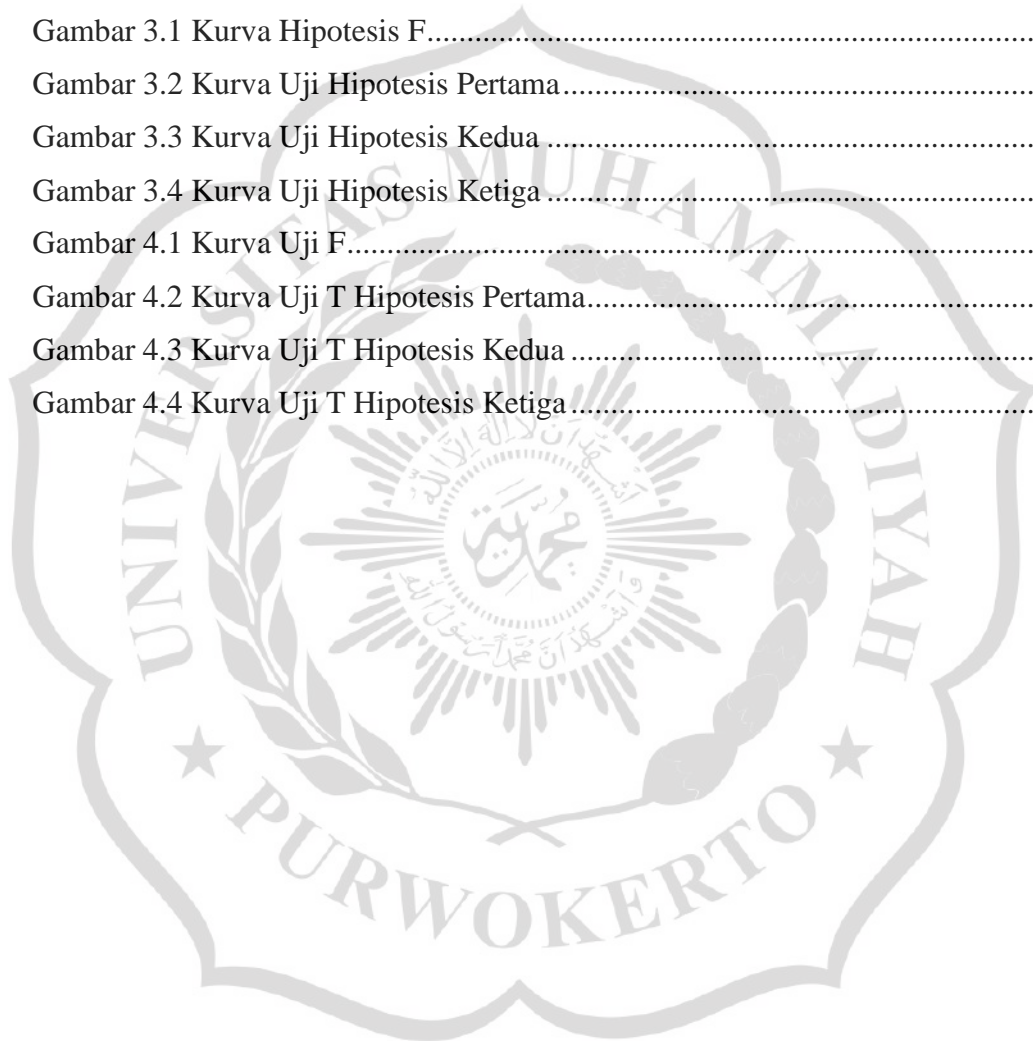
HALAMAN JUDUL.....	i
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Populasi dan Sempel	41
C. Metode Pengumpulan Data	43
D. Variabel Penelitian.....	44
E. Definisi Operasional.....	45
F. Metode Analisa Data.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Gambaran Umum Penelitian	58
B. Deskripsi Responden.....	59
BAB V PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Keterbatasan Penelitian	84
C. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Mobil MPV Tahun 2019-2023.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel <i>Brand Awareness</i>	45
Tabel 3.2 Indikator dan Pernyataan <i>Brand Awareness</i>	45
Tabel 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel <i>Perceived Quality</i>	46
Tabel 3.4 Indikator dan Pernyataan <i>Perceived Quality</i>	46
Tabel 3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel <i>Brand Image</i>	47
Tabel 3.6 Indikator dan Pernyataan <i>Brand Image</i>	47
Tabel 3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian.	48
Tabel 3.8 Indikator dan Pernyataan Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.1 Response Rate.....	59
Tabel 4.2 Data Responden Menurut wilayah	60
Tabel 4.3 Data Responden Menurut Jenis Kelamin	61
Tabel 4.4 Usia Responden	61
Tabel 4.5 Data Responden Menurut Pekerjaan	62
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Awareness</i>	63
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Perceived Quality</i>	64
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	65
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorov Smirnov Test</i>	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastistas	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	73
Tabel 4.16 Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	75
Tabel 4.17 Hasil Uji F	76
Tabel 4.18 Hasil Uji T (Parsial).....	77
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Index Kategori Mobil MPV Tahun 2019-2023.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 3.1 Kurva Hipotesis F.....	54
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	55
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis Kedua	56
Gambar 3.4 Kurva Uji Hipotesis Ketiga	57
Gambar 4.1 Kurva Uji F.....	76
Gambar 4.2 Kurva Uji T Hipotesis Pertama.....	78
Gambar 4.3 Kurva Uji T Hipotesis Kedua	78
Gambar 4.4 Kurva Uji T Hipotesis Ketiga	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	92
Lampiran 2 : Data Karakteristik Responden	99
Lampiran 3 : Data Tabulasi Hasil Kuesioner.....	111
Lampiran 4 : Hasil Statistik Deskriptif.....	123
Lampiran 5 : Uji Validitas Asumsi Klasik.....	127
Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik	128
Lampiran 7 : Uji Kelayakan Koefisien Determinasi	130
Lampiran 8 : t Tabel	131
Lampiran 9 : r Tabel	132
Lampiran 10 : f Tabel	134
Lampiran 11 : Bukti Plagiarisme.....	135
Lampiran 12 : Bukti Sebar Kuesioner.....	137

