

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*,  
*PRICE*, DAN *DESIGN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HONDA VARIO 125 DI BANJARNEGARA  
(Studi Pada Pembeli Motor Honda Vario 125 di Banjarnegara)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**ADITYA GESA NUGRAHA  
1402010013**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2018**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*,  
*PRICE*, DAN *DESIGN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HONDA VARIO 125 DI BANJARNEGARA  
(Studi Pada Pembeli Motor Honda Vario 125 di Banjarnegara)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**ADITYA GESA NUGRAHA  
1402010013**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2018**

**HALAMAN PESETUJUAN**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*,  
*PRICE*, DAN *DESIGN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HONDA VARIO 125 DI BANJARNEGARA  
(Studi Pada Pembeli Motor Honda Vario 125 di Banjarnegara)**



**SKRIPSI**

**ADITYA GESA NUGRAHA  
1402010013**

**Diperiksa dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Dra. Tri Septin Muji Rahayu.,M.Si.  
NIK. 2160128**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aditya Gesa Nugraha

NIM : 1402010013

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari 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, 22 Januari 2018

Yang membuat pernyataan

  
Aditya Gesa Nugraha

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Aditya Gesa Nugraha  
NIM : 1402010013  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, *Price*,  
dan *Design Product* terhadap Keputusan Pembelian  
Honda Vario 125 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

Pembimbing : Dra. Tri Septin Muji Rahayu., M.Si

Penguji 1 : Herni Justiana Astuti., Ph.D

Penguji 2 : Drs. Suyoto., M.Si.

()  
()  
()


Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 25 Januari 2018

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



  
Akhmad Darmawan S.E., M.Si.  
NIK. 2160148

## MOTTO

- ✓ *Learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow. The important thing is not to stop questioning.*
- ✓ *Opportunities don't happen. You create them.*
- ✓ *There is no easy walk to freedom anywhere, and many of us will have to pass through the valley of the shadow of death. Again and again before we reach the mountain top of our desires.*



## PERSEMBAHAN



***Kupersembahkan skripsi ini kepada :***

*Bapak dan Ibuku serta kakak tercinta sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan*

*doa yang telah diberikan selama ini.*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahilahirabil'alamiin segala puji syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis 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. Penulis 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 :

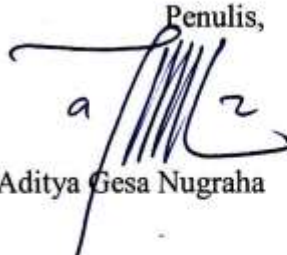
1. Dr. H. Syamsuhadi Irsyad, M.H, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Akhmad Darmawan, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Dra. Tri Septin Muji Rahayu., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu sesuai dengan apa yang diharapkan.
4. Hermin Endratno, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
5. Herni Justiana Astuti., Ph.D selaku dosen penguji I dan Drs. Suyoto., M.Si selaku dosen penguji II yang telah memberikan banyak masukan yang membangun kepada penulis guna menyempurnakan skripsi ini.
6. 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.

7. Untuk kedua orang tua Bapak Edi Purnomo Suparmo dan Ibu Wartiyah yang selalu memberikan motivasi, bimbingan, doa, dan kasih sayang sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih untuk Bapak dan Ibu atas supportnya sehingga penulisan skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
8. Untuk sahabat-sahabat pejuang skripsi, Sigit Purnomo Aji, Dwy Pandyka Satrya, Baha Wasiul Huda, Fajar Tri Pamungkas, terima kasih atas canda tawa, masukan, semangat, motivasi, doa dan segala bentuk persahabatan yang luar biasa selama ini.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 kelas A angkatan 2014. Semangat dan sukses selalu untuk kita semua.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 22 Januari 2018

Penulis,  
  
Aditya Gesa Nugraha

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

---

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aditya Gesa Nugraha  
NIM : 1402010013  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalt-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH *BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY, PRICE, DAN DESIGN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO 125 DI BANJARNEGARA  
(Studi Pada Pembeli Motor Honda Vario 125 di Banjarnegara)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia / mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan 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 : 25 Januari 2018

Yang menyatakan,



Aditya Gesa Nugraha

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*,  
*PRICE*, DAN *DESIGN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HONDA VARIO 125 DI BANJARNEGARA  
(Studi Pada Pembeli Motor Honda Vario 125 di Banjarnegara)**

**Aditya Gesa Nugraha<sup>1</sup>, Tri Septin Muji Rahayu<sup>2</sup>**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand awareness*, *perceived quality*, *price*, dan *design* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario 125 di Banjarnegara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif Teknik pengambilan sampel non probability, dengan metode purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pembeli sepeda motor Honda Vario 125 di Banjarnegara. Sampel penelitian ini sebesar 100 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial *brand awareness* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. *Perceived quality* berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. *Price* dan *desain* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa *brand awareness*, *perceived quality*, *price*, dan *design* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabilitas semua variabel memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 36,4 %.

*Kata kunci : Brand Awareness, Perceived Quality, Price, Desain, keputusan pembelian*

# **PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*, *PRICE*, DAN *DESIGN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO 125 DI BANJARNEGARA**

**(Studi Pada Pembeli Motor Honda Vario 125 di Banjarnegara)**

**Aditya Gesa Nugraha<sup>1</sup>, Tri Septin Muji Rahayu<sup>2</sup>**

## *ABSTRACT*

*This study aims to analyze the influence of brand awareness, perceived quality, price, and design to the decision of purchasing a Honda Vario 125 motorcycle in Banjarnegara. This research uses quantitative research methods Non-probability sampling technique, gengan purposive sampling method. Population in this research is consumer of motorcycle buyer Honda Vario 125 in Banjarnegara. The sample of this research is 100 respondents. The research method used in this research is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple regression analysis, coefficient of determination, and hypothesis test. The results of the analysis show that partially brand awareness has a positive but not significant effect on purchasing decisions. Perceived quality negatively affects purchasing decisions. Price and design have a significant positive effect on purchase decision. Furthermore, the simultaneous analysis results show that brand awareness, perceived quality, price, and design have an effect on purchasing decision. While the variability of all variables have an influence on the purchase decision of 36.4%.*

*Keywords: Brand Awareness, Perceived Quality, Price, Desain, Purchase decision*

## DAFTAR ISI

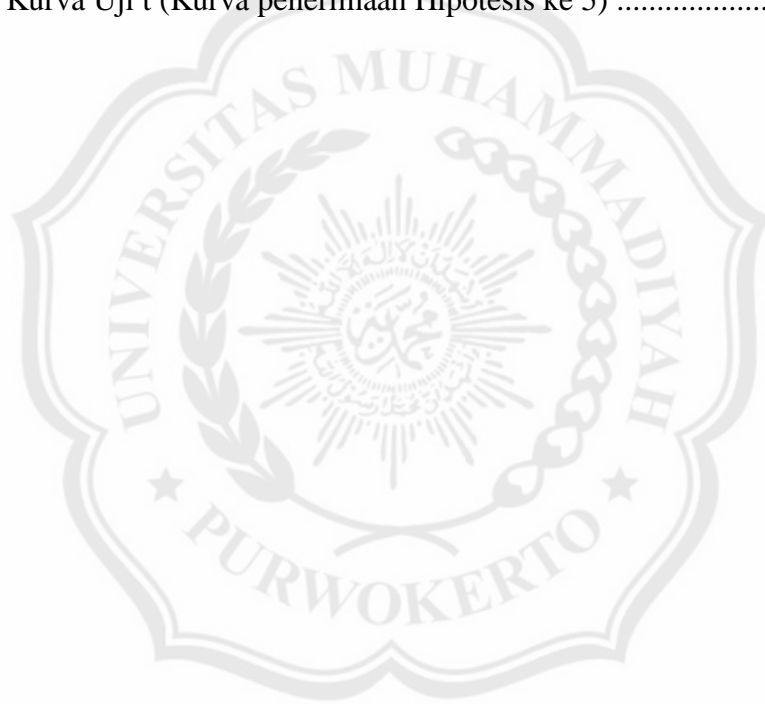
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran	23
D. Hipotesis	29
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian	31
B. Populasi dan Sampel	32
C. Metode Pengumpulan Data	34
D. Variabel Penelitian	35
E. Definisi Operasional Variabel	35
F. Analisis Regresi Linier Berganda	44
G. Pengujian Hipotesis	45
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian	51
B. Pembahasan	71
<b>BAB V. PENUTUP</b>	
A. Simpulan	79
B. Keterbatasan Penelitian	79
C. Saran	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	83
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 4.1	<i>Respon Rate</i> .....	52
Tabel 4.2	Deskripsi Responden .....	53
Tabel 4.3	Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> ( $X_1$ ).....	55
Tabel 4.4	Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Perceived Quality</i> ( $X_2$ ).....	56
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga ( $X_3$ ).....	57
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Validitas Variabel Design ( $X_4$ ) .....	58
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	59
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	61
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas .....	62
Tabel 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Pengujian <i>Glejser</i> .....	63
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.13	Hasil Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	66
Tabel 4.14	Hasil Uji F .....	67
Tabel 4.15	Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Keputusan Pembelian	72
Tabel 4.16	Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Brand Awareness</i> ( $X_1$ ).....	73
Tabel 4.17	Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner <i>Perceived Quality</i> ( $X_2$ ).....	75
Tabel 4.18	Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner <i>Price</i> ( $X_3$ ).....	76
Tabel 4.19	Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner <i>Design</i> ( $X_4$ ).....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	46
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	48
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	48
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	49
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Kelima.....	50
Gambar 4.1 Kurva Uji F (Kurva penerimaan Hipotesis 1).....	68
Gambar 4.2 Kurva Uji t (Kurva penerimaan Hipotesis ke 2).....	69
Gambar 4.3 Kurva Uji t (Kurva penerimaan Hipotesis ke 3).....	70
Gambar 4.4 Kurva Uji t (Kurva penerimaan Hipotesis ke 4).....	70
Gambar 4.5 Kurva Uji t (Kurva penerimaan Hipotesis ke 5).....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	87
Lampiran 2 Data Penyebaran Kuesioner.....	93
Lampiran 3 Data Deskripsi Responden.....	94
Lampiran 4 Frekuensi Responden.....	97
Lampiran 5 Nilai Tabulasi Data.....	99
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas .....	114
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	119
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	120
Lampiran 9 Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t.....	121
Lampiran 10 Uji Determinasi.....	122
Lampiran 11 Uji F.....	122
Lampiran 12 r tabel.....	122
Lampiran 13 t tabel.....	126
Lampiran 14 F tabel.....	129

