

**ANALISIS PENGARUH VARIABEL-VARIABEL *BRAND EQUITY*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA SEPEDA  
MOTOR *SPORT* MEREK YAMAHA DI SURABAYA**



**OLEH:**

**SAMUEL AGUSTINUS  
3103012167**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2016**

ANALISIS PENGARUH VARIABEL-VARIABEL *BRAND EQUITY*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA SEPEDA  
MOTOR *SPORT* MEREK YAMAHA DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Bidang Studi Manajemen

Oleh:

SAMUEL AGUSTINUS

3103012167

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2016

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH VARIABEL-VARIABEL *BRAND EQUITY*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA SEPEDA  
MOTOR *SPORT* MEREK YAMAHA DI SURABAYA**

**Oleh:  
SAMUEL AGUSTINUS  
3103012167**

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

**Pembimbing 1**

**Pembimbing 2**

**Hendro Susanto, SE., MM**

**NIK. 311.99.0365**

**Tanggal:**

**A. Y. Yan Wellyan Toni**

**Putra, SE., M.Si**

**NIK. 311.97.0285**

**Tanggal:**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang ditulis oleh: Samuel Agustinus, NRP: 3103012167

Telah diuji pada tanggal 21 Juli 2016 dan dinyatakan lulus oleh  
Tim Penguji.

**Ketua Tim Penguji**

**Lena Ellitan, Ph.D.**

**NIK. ....**

Mengetahui:

**Dekan,**

**Ketua Jurusan,**

**Dr. Lodovicius Lasdi, MM., Ak**

**Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si**

**NIK. 321.99.0370**

**NIK. 311.99.0369**

## **PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Samuel Agustinus

NRP : 3103012167

Judul : Analisis Pengaruh Variabel-Variabel *Brand Equity* terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Sepeda Motor *Sport* Merek Yamaha di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Juni 2016  
Yang Menyatakan

Samuel Agustinus

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Kasih dan KaruniaNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Variabel-Variabel *Brand Equity* terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Sepeda Motor *Sport* Merek Yamaha di Surabaya”. Tujuan dari penulisan skripsi ini sebenarnya untuk memenuhi persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir, terdapat banyak pihak yang ikut membantu. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicius Lasdi, MM., Ak, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Hendro Susanto, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan banyak sekali masukan dan saranyang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan banyak sekali masukan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Seluruh dosen pengajar Fakultas Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuannya untuk dapat dijadikan bekal dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh staff tata usaha Fakultas Bisnis dan seluruh staff perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang

- telah membantu memberikan informasi dalam mendukung penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh staff perpustakaan Universitas Surabaya dan Universitas Kristen Petra Surabaya yang telah membantu memberikan informasi dalam mendukung penyusunan skripsi ini.
  9. Seluruh keluarga penulis yang telah mendukung dalam doa, semangat, perhatian, kesabaran, dan biaya kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
  10. Kak Denny Lukas Hendrian sebagai teman penulis yang ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini.
  11. Staff bengkel resmi Yamaha Lancar Motor, Subur Jaya Motor, Nusantara Motor, dan Abadi Motor yang telah memberikan ijin dalam membagikan kuesioner sebagai data dalam penyusunan skripsi ini.
  12. Staff toko sticker FUNFIX yang telah menyediakan *souvenir* stiker yang digunakan dalam pemberian kepada responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner pada skripsi ini.
  13. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini.
  14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan melihat terbatasnya pengalaman dan pengetahuan penulis, sehingga penulis akan sangat terbantu jika terdapat kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak dalam perbaikan penulisan –penulisan berikutnya. Akhir kata, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan dan dapat menjadi masukan dalam penelitian berikutnya.

Surabaya, 28 Mei 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1. Manfaat Akademis.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis .....	6
1.5. Sistematika Penulisan .....	6
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Tinjauan Pustaka.....	11
2.2.1. <i>Brand Equity</i> .....	11
2.2.2. Keputusan Pembelian Ulang .....	17
2.2.3. Hubungan Variabel.....	18
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian.....	20
2.4. Hipotesis .....	21
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Desain Penelitian .....	22
3.2. Identifikasi Variabel.....	22



3.3. Definisi Operasional Variabel .....	22
3.3.1. <i>Brand Awareness</i> (X1).....	22
3.3.2. <i>Brand Association</i> (X2) .....	23
3.3.3. <i>Perceived Quality</i> (X3).....	23
3.3.4. <i>Brand Loyalty</i> (X4).....	24
3.3.5. <i>Repurchase Decision</i> (Y).....	24
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	25
3.4.1. Jenis Data.....	25
3.4.2. Sumber Data.....	25
3.5. Skala Pengukuran Variabel .....	25
3.6. Populasi dan Sampel.....	26
3.6.1. Populasi .....	26
3.6.2. Sampel .....	26
3.7. Teknik Analisis Data.....	27
3.7.1. Uji Validitas Data.....	28
3.7.2. Uji Reliabilitas Data .....	28
3.7.3. Uji Asumsi Klasik .....	29
3.7.4. Analisis Linear Regresi Berganda .....	31
3.7.5. Koefisien Korelasi (R).....	31
3.7.6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	32
3.7.7. Uji F.....	33
3.7.8. Uji t.....	33
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1. Karakteristik Responden .....	34
4.2. Statistik Deskriptif.....	36
4.3. Uji Validitas Data .....	42
4.4. Uji Realibilitas Data.....	46
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	47

4.5.1. Uji Normalitas.....	47
4.5.2. Uji Multikolinearitas.....	48
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas.....	49
4.5.4. Uji Autokorelasi.....	50
4.6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.7. Koefisien Korelasi (R).....	52
4.8. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	52
4.9. Uji F.....	53
4.10. Uji t.....	53
4.11. Pembahasan.....	55
BAB 5 SIMPULAN.....	59
5.1. Simpulan.....	59
5.2. Saran.....	60
5.2.1. Saran Akademik.....	60
5.2.2. Saran Praktis.....	61

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 4.1. Seri Sepeda Motor <i>Sport</i> Yamaha.....	34
Tabel 4.2. Usia.....	35
Tabel 4.3. Derajat Penilaian.....	36
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	37
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Association</i> .....	38
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	39
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	40
Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Repurchase Decision</i> .....	41
Tabel 4.9. Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	42
Tabel 4.10. Uji Validitas Variabel <i>Brand Association</i> .....	43
Tabel 4.11. Uji Validitas Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	44
Tabel 4.12. Uji Validitas Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	45
Tabel 4.13. Uji Validitas Variabel <i>Repurchase Decision</i> .....	46
Tabel 4.14. Uji Reliabilitas Semua Variabel.....	47
Tabel 4.15. Uji Multikolinearitas Variabel Independen.....	49
Tabel 4.16. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel 4.17. Hasil Uji t .....	54

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Konseptual .....	20
Gambar 4.1. <i>Scatter Plot</i> Uji Normalitas Data.....	48
Gambar 4.2. <i>Scatter Plot</i> Uji Heteroskedastisitas Data .....	50

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Profil Responden

Lampiran 3. Analisis Deskriptif

Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 7. Data Responden

Lampiran 8. Surat Keterangan

# **ANALISIS PENGARUH VARIABEL-VARIABEL *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA SEPEDA MOTOR *SPORT* MEREK YAMAHA DI SURABAYA**

## **ABSTRAK**

Banyaknya merek-merek sepeda motor *sport* yang muncul di Indonesia ini membuat konsumen memiliki banyak sekali pilihan dalam memilih tipe dan merek sepeda motor *sport*. Namun pada kondisi tersebut merupakan suatu kesempatan sekaligus ancaman bagi industri sepeda motor di Indonesia dalam memenangkan kompetisi pasar. Pentingnya Ekuitas Merek (*Brand Equity*) yang merupakan kunci keberhasilan bagi perusahaan otomotif dalam mempengaruhi konsumennya untuk melakukan keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh variabel-variabel *Brand Equity* terhadap Keputusan Pembelian Ulang (*Repurchase Decision*) pada sepeda motor *sport* merek Yamaha.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda, dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Sampling Purposive*. Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 100 responden, dengan karakteristik sampel yaitu memiliki dan menggunakan salah satu sepeda motor *sport* merek Yamaha, berusia minimal 17 tahun, dan berdomisili di Surabaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Brand Awareness* (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Repurchase Decision* (Y), tetapi variabel lainnya seperti *Brand Association* (X2), *Perceived Quality* (X3), dan *Brand Loyalty* (X4) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Repurchase Decision* (Y), dan variabel-variabel *Brand Equity* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap *Repurchase Decision* (Y).

**Kata Kunci:** *Brand Equity, Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty, Repurchase Decision*

# ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY'S VARIABLES TO REPURCHASE DECISIONS ON A SPORT BIKE YAMAHA IN SURABAYA

## ABSTRACT

There so many brands of sport motorcycle that emerged in Indonesia have made the consumers have a lot of option in choosing the type and brand of sport bike. But in these condition as a motorcycle industry, it can be an opportunity and threat at once to winning market competition. The importance of brand equity which is the key of success for automotive company in influencing consumers to made a purchasing decision. The purpose of this research was to analyze the influence of brand equity's variables to repurchase decision on Yamaha sport bike.

The method used in this research is Multiple Linear Regression Analysis, with a purposive sampling technique. The number of samples taken for this research is 100 respondents, with the characteristics of the samples that have and use one of the Yamaha sport bike, at least 17 years old, and domiciled in Surabaya. The results of this research indicate that the variable Brand Awareness (X1) doesn't significantly affect the Repurchase Decision (Y), but the other variables such as Brand Association (X2), Perceived Quality (X3), and Brand Loyalty (X4) influence positively and significantly toward Repurchase Decision (Y), and variables of Brand Equity simultaneously influence Repurchase Decision (Y) positively and significantly.

**Keywords:** *Brand Equity, Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty, Repurchase Decision*