

**PENGARUH *BRAND TRUST*, *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND POSITIONING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MEREK HONDA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Gandhi Gumelar

NIM : 19414889

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2023**

**PENGARUH *BRAND TRUST*, *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND POSITIONING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MEREK HONDA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Gandhi Gumelar

NIM : 19414889

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Awareness* dan *Brand Positioning* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Honda pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Nama : Gandhi Gumelar

NIM : 19414889

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 19 Mei 2000

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

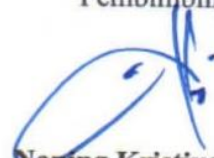
Ponorogo, 11 Juli 2023

Pembimbing 1



**Titi Rapini, SE., MM**  
NIDN.0005056301

Pembimbing 2



**Naning Kristiyana, SE., MM**  
NIDN. 0721117501

Mengetahui,


Dekan Fakultas Ekonomi



**Dr. Hadi Sumarsosno, SE., M.Si.**  
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji

Ketua



Titi Rapini, SE., MM  
NIDN.0005056301

Sekretaris



Dr. Hadi Sumarsosno, SE., M.Si.  
NIDN.0008057601

Anggota



Riawan, S.Pd., MM  
NIDN.0705128502

## RINGKASAN

### **Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Awareness* dan *Brand Positioning* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Honda pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

**Gandhi Gumelar**

Perkembangan sepeda motor di Indonesia saat ini sedang mengalami peningkatan yang besar. Semua golongan masyarakat dari bawah sampai golongan atas dapat menggunakan moda transportasi sepeda motor dalam berbagai keperluan, baik urusan bisnis, keluarga, pribadi maupun keperluan lainnya. Tujuan dari penelitian ini yaitu guna mengetahui pengaruh *Brand Trust*, *Brand Awareness*, dan *Brand Positioning* terhadap keputusan pembelian motor merek Honda pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Sampel merupakan konsumen motor merek Honda di Universitas Muhammadiyah Ponorogo dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dan sampel sebanyak 96 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 25. Penelitian ini menghasilkan uji parsial (t) adalah sebagai berikut *Brand Trust* (X1) = 0,004, *Brand Awareness* (X2) = 0,001, dan *Brand Positioning* (X3) = 0,000.

**Kata Kunci :** *Brand Trust*, *Brand Awareness*, *Brand Positioning*, Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga dapat terselesaikannya skripsi dengan judul “**PENGARUH BRAND TRUST, BRAND AWARENESS DAN BRAND POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MEREK HONDA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**” sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan program sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam skripsi ini dijabarkan analisa mengenai variabel *Brand Trust* (X1), *Brand Awareness* (X2), dan *Brand Positioning* (X3), terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sehingga nantinya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk peningkatan pada Keputusan Pembelian motor merek Honda.

Keberhasilan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr.Hadi Sumarsono, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE., MM Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesikannya skripsi ini.
3. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesikannya skripsi ini.

4. Bapak dan ibu dosen serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang senantiasa memberikan saran dan membantu dalam segala kebutuhan administrasi.
5. Kedua orang tua saya yang saya hormati dan sayangi, yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Sangat besar harapan peneliti untuk bisa membanggakan dan membahagiakan beliau.
6. Seluruh rekan S1 Ekonomi Manajemen angkatan 2019 yang saling membantu dan mendoakan agar skripsi dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga skripsi ini berguna baik bagi diri saya sendiri maupun bagi pihak lain yang memanfaatkannya.



Ponorogo, 11 Juli 2023

**Gandhi Gumelar**  
NIM.19414889

## **PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu institusi pendidikan dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 11 Juli 2023



**Gandhi Gumelar**  
NIM.19414889

## MOTTO

*Aku Harus Percaya Pada diriku Sendiri  
Percaya Bahwa Aku Adalah Orang Yang Mereka Percaya*

- **Naruto Uzumaki (うずまきナルト)**





## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
RINGKASAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN .....	vii
MOTTO .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1. Tujuan Penelitian .....	7
2. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Manajemen.....	9
2. Manajemen Pemasaran.....	9
3. Keputusan Pembelian.....	13
4. <i>Brand Trust</i> (X1).....	18
5. <i>Brand Awareness</i> (X2).....	21
6. <i>Brand Positioning</i> (X3).....	24
B. Penelitian Terdahulu .....	27
C. Kerangka Pemikiran.....	32
D. Hipotesis.....	32
BAB III .....	37
METODE PENELITIAN .....	37
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	37
B. Populasi dan Sampel .....	37

1.	Populasi.....	37
2.	Sampel.....	37
C.	Metode Pengambilan Data.....	39
1.	Sumber Data.....	39
2.	Teknik Pengambilan Data.....	39
D.	Definisi Operasional variabel.....	40
1.	Variabel Independen (X).....	40
2.	Variabel Dependen (Y).....	43
E.	Uji Instrumen.....	45
1.	Uji Validitas.....	45
2.	Uji Reliabilitas.....	46
F.	Teknik Analisis Data.....	47
1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
2.	Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ).....	48
3.	Uji Hipotesis.....	48
BAB IV	.....	51
HASIL DAN PEMBAHASAN	.....	51
A.	Hasil Penelitian.....	51
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
2.	Karakteristik Responden.....	53
3.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
4.	Uji Instrumen.....	64
5.	Analisis Data.....	66
6.	Uji Hipotesis.....	70
B.	Pembahasan.....	75
BAB V	.....	81
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	81
A.	Kesimpulan.....	81
B.	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	.....	84
LAMPIRAN	.....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 2. Skala Likert.....	40
Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Motor Honda Ke.....	55
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Fakultas .....	56
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Brand Trust (X1).....	58
Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Brand Awareness (X2).....	59
Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Brand Positioning (X3) .....	60
Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	62
Tabel 11. Hasil Pengujian Validitas .....	65
Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel 14. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	69
Tabel 15. Hasil uji t.....	70
Tabel 16. Hasil Uji F.....	74



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 2. Daerah Penolakan H01 dan Penerimaan Ha1 .....	71
Gambar 3. Daerah Penolakan H02 dan Penerimaan Ha2.....	72
Gambar 4. Daerah Penolakan H03 dan Penerimaan Ha3 .....	72
Gambar 5. Daerah Penolakan H04 dan Penerimaan Ha4.....	74



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3. Identitas Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 4. Karakteristik Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 5. Jawaban Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 8. Hasil Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 10. Distribusi Nilai r Tabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 11. Distribusi Nilai t Tabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 12. Distribusi Nilai F Tabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 13. Berita Acara.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



