

**PENGARUH *PRODUCT POSITIONING STRATEGIES*, *PRODUCT DESIGN* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP *PURCHASE DECISION*
PRODUK SEPEDA MOTOR *MATIC* ASTRA HONDA PADA
MAHASISWA AKTIF UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Disusun Oleh:

Nama : Tio Gharis Sumardin

NIM : 20415223

Program Studi: Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2023

**PENGARUH *PRODUCT POSITIONING STRATEGIES*, *PRODUCT DESIGN* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP *PURCHASE DECISION*
PRODUK SEPEDA MOTOR *MATIC* ASTRA HONDA PADA
MAHASISWA AKTIF UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Disusun Oleh:

Nama : Tio Gharis Sumardin

NIM : 20415223

Program Studi: Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Product Positioning Strategies*, *Product Design*
Dan *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Decision*
Produk Sepeda Motor *Matic* Astra Honda Pada
Mahasiswa Aktif Universitas Muhammadiyah Ponorogo
Nama : Tio Gharis Sumardin
NIM : 20415223
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 02 Oktober 2002
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pembimbing I

Siti Chamidah, S.E.MM.Si

NIDN. 0019057101

Pembimbing II

Tegoeh Hari Abrianto, S.E.MM

NIDN. 0705106702

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Fidi Sumarsono, S.E., M.Si.

NIDN. 09760508 200501 1 002

Dosen Penguji

Ketua

Siti Chamidah, S.E.MM.Si

NIDN. 0019057101

Sekretaris

Nuning Kristivani, S.E., MM

NIDN. 0721117501

Anggota

Drs. Setyo Adji, MM

NIDK. 8856080018

Pengaruh *Product Positioning Strategies*, *Product Design* Dan *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Decision* Produk Sepeda Motor Matic Astra Honda Pada Mahasiswa Aktif Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Tio Gharis Sumardin

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

ABSTRAK

Publik tanah air sendiri sempat dihebohkan dengan rangka *eSAF* (*enchanced Smart Architecture Frame*) milik Honda yang rusak dan bahkan patah, sehubungan dengan terjadinya hal tersebut pihak Astra Honda Motor memutuskan memperpanjang masa garansi rangka seluruh motor Honda dari satu tahun menjadi lima tahun. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh *product positioning strategies*, *product design* dan *brand awareness* terhadap *purchase decision* produk sepeda motor *matic* astra Honda. Penelitian ini melibatkan mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Metode pengambilan sampel *purposive* dan *non-probabilitas* digunakan. Data dikumpulkan melalui kuesioner *online* Google Forms dibagikan media sosial, mencapai 136 responden. Variabel penelitian diukur dengan skala Likert lima poin. SPSS digunakan untuk melakukan analisis regresi linear berganda. Mengungkapkan *product positioning strategies*, *product design* dan *brand awareness* berpengaruh positif terhadap *purchase decision* produk sepeda motor *matic* astra Honda.

Kata Kunci: *Product Positioning Strategies*, *Product Design*, *Brand Awareness*, *Purchase Decision*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah, penulis ucapkan kehadiran Allah Swt, yang telah memberikan kesempatan dan kerahmatan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH *PRODUCT POSITIONING STRATEGIES*, *PRODUCT DESIGN* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK SEPEDA MOTOR *MATIC* ASTRA HONDA PADA MAHASISWA AKTIF UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa masih banyak skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Kristiyani, S.E, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Siti Chamidah, SE.MM.Si dan Bapak Tegoeh Hari Abrianto, SE.MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan kesempatan dan berkenan untuk membimbing, mengarahkan, memberikan kritik dan saran yang sangat membangun dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen penguji yang telah memberikan motivasi, arahan, masukan dan pertimbangan guna menyempurnakan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, baik dalam isi maupun sistematikanya. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Ponorogo, 29 Juli 2024

Penulis

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR**KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan 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 di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/ atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 29 Juli 2024

The image shows a handwritten signature in black ink over a blue official stamp. The stamp is rectangular and contains the text 'METERAI TEMPEL' and 'JAWA BARU' along with a serial number '1A0129242851'. The signature is written in a cursive style.

Tio Gharis Sumardin

NIM. 20415223

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya yang tidak terhitung banyaknya. Atas izin-Nya telah memperkenankan penulis sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Walaupun jauh dari kata sempurna, penulis bersyukur telah mencapai titik ini, yang akhirnya skripsi ini dapat selesai juga. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kepada kedua Orang Tua penulis yaitu, Bapak Mahrudin dan Ibu Sunarti. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau berdua atas segala bantuan, doa, semangat yang diberikan selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana.
2. Kepada kedua saudara penulis, Ivan Sazilli S.T. dan Erina Eshal. Terimakasih atas dukungan dan doa yang diberikan selama ini kepada penulis.
3. Kepada teman-teman kelas Manajemen 8C dan juga semua teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, terimakasih atas waktu, pengalaman, serta dukungan yang sudah teman-teman berikan kepada penulis.
4. Kepada pemilik NIM 20415231. Terimakasih atas dukungan, semangat, dan doa serta selalu menemani penulis baik di dalam keadaan suka maupun duka.
5. Kepada keluarga besar yang selalu mendoakan, tiada henti memberikan dukungan selama proses mengerjakan skripsi ini

Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

MOTTO

"Everything will be fine in the end, and if it isn't, it's not the end yet"

(Qs. Al-Insyirah: 6-7)

"Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa."



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Literatur.....	12
1) Manajemen	12
2) Manajemen Pemasaran	13
3) Bauran Pemasaran	17
4) Perilaku Konsumen	22
5) <i>Purchase Decision</i> (Keputusan Pembelian).....	26
6) <i>Product Positioning Strategies</i> (Strategi Posisi Produk)	36
7) <i>Product Design</i> (Desain Produk).....	45
8) <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	52
2.2. Penelitian Terdahulu	59
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian.....	66
2.4. Pengembangan Hipotesis	68
BAB III.....	78
METODE PENELITIAN.....	78

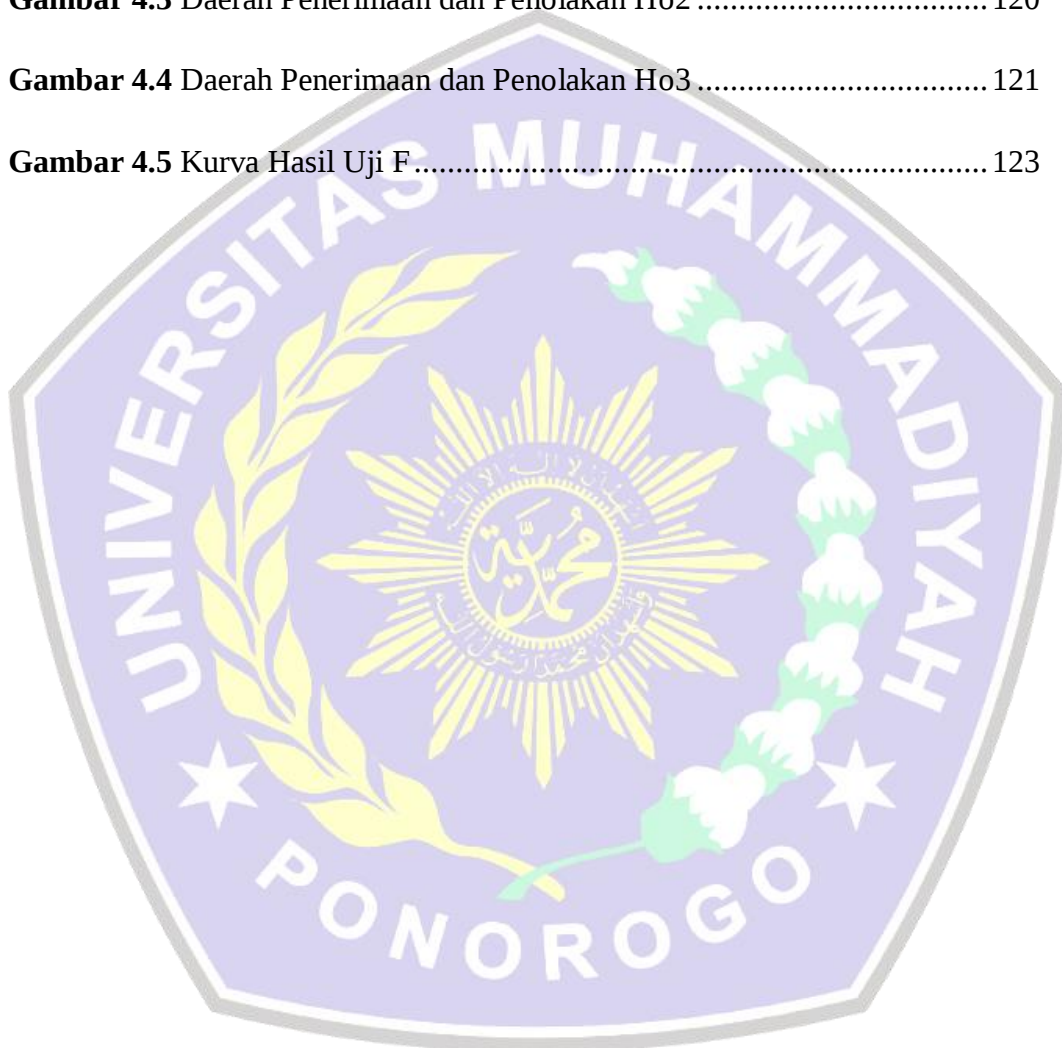
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	78
3.2. Populasi & Sampel.....	79
3.3. Metode Pengambilan Data	82
3.4. Definisi Operasional Variabel	84
3.5. Metode Analisis Data	91
BAB IV	99
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	99
4.1. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	99
4.2. Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	101
4.3. Deskripsi Tanggapan Responden	106
4.4. Uji Instrumen.....	112
4.5. Analisis Data	114
4.6. Uji Hipotesis	118
4.7. Pembahasan	123
BAB V.....	131
KESIMPULAN DAN SARAN	131
5.1. Kesimpulan	131
5.2. Saran	132
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN	137
Lampiran 1. Kuesioner	137
Lampiran 2. Data Reponden	143
Lampiran 3. Tabulasi Data Responden.....	151
Lampiran 4. Hasil Rata-Rata Jawaban Responden	159
Lampiran 5. Hasil Olah Data	161
Lampiran 6. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	164
Lampiran 7. Surat Keterangan Plagiasi	166

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model perilaku konsumen.....	25
Tabel 2.2 Tahap Pengambilan Keputusan	31
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	55
Tabel 2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	63
Tabel 3.1 Pembagian Sampel.....	76
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	78
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	96
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	97
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Mahasiswa Angkatan.....	98
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Sepeda Motor Yang Digunakan	99
Tabel 4.5 Pertanyaan Variabel <i>Product Positioning Strategies</i>	101
Tabel 4.6 Pertanyaan Variabel <i>Product Design</i>	102
Tabel 4.7 Pertanyaan Variabel <i>Brand Awareness</i>	104
Tabel 4.8 Pertanyaan Variabel <i>Purchase Decision</i>	105
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas.....	107
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas	108
Tabel 4.11 Hasil Analisis Linear Berganda.....	109
Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	111
Tabel 4.13 Hasil Uji T Terhadap <i>Purchase Decision</i>	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Motor di Dalam Negeri	2
Gambar 4.1 Logo Astra Honda Motor	100
Gambar 4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho1	120
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho2	120
Gambar 4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho3	121
Gambar 4.5 Kurva Hasil Uji F.....	123



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	136
Lampiran 2. Data Responden	142
Lampiran 3. Tabulasi Data Responden	150
Lampiran 4. Hasil Rata-Rata Jawaban Responden	158
Lampiran 5. Hasil Olah Data.....	160
Lampiran 6. Berita Acara Bimbingan.....	163
Lampiran 7. Surat Keterangan Plagiasi.....	165

