

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini, industri otomotif merupakan pasar industri yang dibutuhkan oleh masyarakat. Berdasarkan sebuah survey yang menunjukkan bahwa industri otomotif merek Toyota cukup diminati masyarakat dalam hal keputusan pembelian sebuah kendaraan. Hal itu menjadikan Toyota sebagai industri otomotif yang mempunyai merek yang cukup diminati oleh konsumen.

Banyaknya pesaing otomotif lainnya dalam pasar Indonesia saat ini, menjadikan industri otomotif perlu meningkatkan daya tarik konsumen dalam hal keputusan pembelian melalui *brand equity*. Dengan *brand equity* yang kuat, sebuah merek dapat mempertahankan dan menarik perhatian konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. *brand equity* pada penelitian ini meliputi *perceived value*, *brand association*, dan *brand loyalty*.

Metode penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu metode yang dilakukan dengan mengumpulkan fakta-fakta melalui konsumen yang menggunakan produk Toyota secara langsung yang kemudian diolah dengan SPSS versi 14 dan dianalisis sehingga dapat ditarik kesimpulan. Penelitian mengenai pengaruh *brand equity* Toyota terhadap keputusan pembelian ini dilakukan pada survey pada mahasiswa Universitas Kristen Maranatha. Pengolahan data ini dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, dan regresi.

Dari hasil pengolahan data SPSS mengenai pengaruh *brand equity* Toyota terhadap keputusan pembelian didapat hasil bahwa *perceived value* dan *brand association* saja yang memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian atas 300 responden menunjukkan bahwa pada tingkat *perceived value*, yaitu 77.7% setuju bahwa kenyamanan dari produk Toyota, 73% setuju bahwa harga kompetitif yang ditawarkan Toyota, dan 75% setuju bahwa Toyota memenuhi harapan konsumen. Persamaan regresi yang didapat : $Y=2.194+0.173x_1+0.263x_2$. Dengan demikian hasil penelitian mendukung konsep teori tentang *brand equity*.

Kata-kata kunci : *perceived value*, *brand association*, *brand loyalty*, dan keputusan pembelian

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iii |
| ABSTRAK..... | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| | |
| BAB I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar belakang penelitian..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 5 |
| | |
| BAB II.KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS | 6 |
| 2.1 Kajian Pustaka | 6 |
| 2.1.1 Pengertian Merek..... | 6 |
| 2.1.2 Elemen Merek..... | 8 |
| 2.1.3 Pengertian <i>Brand Equity</i> | 9 |
| 2.1.3.1 <i>Brand Awareness</i> | 11 |
| 2.1.3.2 <i>Perceived Value</i> | 13 |
| 2.1.3.3 <i>Brand Association</i> | 15 |

| | |
|---|----|
| 2.1.3.4 <i>Brand Loyalty</i> | 16 |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian..... | 18 |
| 2.1.4.1 Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian | 19 |
| 2.1.4.2 Tipe –tipe Perilaku Keputusan Pembelian..... | 20 |
| 2.1.4.3 Tahap – tahap Proses Pembuatan Keputusan Konsumen | 22 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 25 |
| 2.3 Hipotesis | 31 |
| | |
| BAB III. METODE PENELITIAN | 32 |
| 3.1 Obyek Penelitian..... | 32 |
| 3.2 Metode yang digunakan..... | 32 |
| 3.3 Sumber Data..... | 32 |
| 3.4 Operasional Variabel | 33 |
| 3.5 Metode Populasi dan Sampel..... | 37 |
| 3.5.1 Metode Pengambilan Sampel | 38 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan data..... | 38 |
| 3.7 Uji Validitas &Reliabilitas..... | 40 |
| 3.8 Uji Asumsi Klasik..... | 41 |
| 3.9 Metode Analisis Data..... | 41 |
| 3.9.1 Metode Analisis Data..... | 41 |
| 3.9.2 Pengujian Hipotesis | 42 |
| 3.10 Koefisien Determinasi | 43 |

| | |
|---|----|
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1 Karakteristik Responden..... | 44 |
| 4.1.1 Jenis Kelamin..... | 44 |
| 4.1.2 Usia Konsumen..... | 45 |
| 4.1.3 Memiliki Produk Toyota..... | 46 |
| 4.1.4 Jenis Kendaraan | 47 |
| 4.1.5 Lama Penggunaan..... | 48 |
| 4.2 Tanggapan responden atas Pengaruh <i>Brand Equity</i> | 48 |
| 4.2.1 <i>Perceived Value</i> | 48 |
| 4.2.1.1 Menurut saya desain produk Toyota berkelas | 49 |
| 4.2.1.2 Kendaraan Toyota memberikan kenyamanan dalam berkendara..... | 50 |
| 4.2.1.3 Saya merasa puas dengan kinerja mesin kendaraan Toyota | 51 |
| 4.2.1.4 Harga yang ditawarkan sesuai fasilitas dari produk bermerek Toyota..... | 52 |
| 4.2.1.5 Produk Toyota hampir tidak memiliki produk cacat | 53 |
| 4.2.2 <i>Brand Association</i> | 54 |
| 4.2.2.1 Harga yang ditawarkan oleh Toyota berkompetitif dengan merek otomotif lainnya..... | 54 |
| 4.2.2.2 Kendaraan Toyota memberikan rasa aman dalam berkendara..... | 55 |
| 4.2.2.3 Menurut saya dealer Toyota mudah dijumpai | 56 |

| | |
|---|----|
| 4.2.3 <i>Brand Loyalty</i> | 57 |
| 4.2.3.1 Toyota menjadi pilihan utama dalam pembelian merek kendaraan saya | 57 |
| 4.2.3.2 Saya sering berpindah-pindah merek kendaraan dalam hal pembelian..... | 58 |
| 4.2.3.3 Saya berminat untuk membeli Toyota yang kedua kalinya | 59 |
| 4.2.4 Keputusan Pembelian..... | 60 |
| 4.2.4.1 Saya membutuhkan Toyota dalam memenuhi keinginan bertransportasi..... | 60 |
| 4.2.4.2 Saya mendapatkan informasi tentang merek Toyota dari promosi berbagai media..... | 61 |
| 4.2.4.3 Kendaraan merek Toyota mempunyai umur nilai ekonomis yang panjang..... | 62 |
| 4.2.4.4 Kendaraan merek Toyota mempunyai standar kualitas yang baik bila dibandingkan dengan merek lainnya..... | 63 |
| 4.2.4.5 Saya membeli kendaraan merek Toyota karena produknya memenuhi harapan saya..... | 64 |
| 4.2.4.6 Saya akan menceritakan keunggulan produk merek Toyota kepada orang lain | 65 |

| | |
|---|----|
| 4.2.4.7 Ketika saya membutuhkan pencarian pembelian mobil kembali, maka Toyota adalah merek pertama | 66 |
| 4.3 Uji Normalitas..... | 68 |
| 4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas | 69 |
| 4.4.1 Uji Validitas | 69 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas | 72 |
| 4.5 Uji Regresi | 77 |
| 4.6 Uji Hipotesis | 79 |
| 4.6 Pembahasan Hasil Penelitian | 81 |
| | |
| BAB V Kesimpulan dan Saran | 85 |
| 5.1 Kesimpulan | 85 |
| 5.2 Saran | 86 |
| 5.3 Keterbatasan Masalah | 87 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 89 |
| LAMPIRAN..... | 90 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS(<i>CURRICULUM VITAE</i>)..... | 91 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel I | Operasional Variabel..... | 35 |
| Tabel II | Jenis Kelamin konsumen..... | 45 |
| Tabel III | Usia Konsumen..... | 45 |
| Tabel IV | Memiliki Produk Toyota | 46 |
| Tabel V | Jenis Kendaraan | 47 |
| Tabel VI | Lama Penggunaan..... | 48 |
| Tabel VII | Pernyataan Responden terhadap menurut saya desain produk Toyota berkelas | 49 |
| Tabel VIII | Pernyataan Responden terhadap kendaraan Toyota memberikan kenyamanan dalam berkendara..... | 50 |
| Tabel IX | Pernyataan Responden terhadap saya merasa puas dengan kinerja mesin kendaraan Toyota..... | 51 |
| Tabel X | Pernyataan Responden terhadap harga yang ditawarkan sesuai fasilitas dari produk bermerek Toyota..... | 52 |
| Tabel XI | Pernyataan Responden terhadap produk Toyota hampir tidak memiliki produk cacat..... | 53 |
| Tabel XII | Pernyataan Responden terhadap harga yang ditawarkan oleh Toyota berkompetitif dengan merek otomatis lainnya | 54 |
| Tabel XIII | Pernyataan Responden terhadap kendaraan Toyota memberikan rasa aman dalam berkendara | 55 |
| Tabel XIV | Pernyataan Responden terhadap menurut saya dealer Toyota mudah dijumpai | 56 |
| Tabel XV | Pernyataan Responden terhadap Toyota menjadi pilihan utama dalam pembelian merek kendaraan saya | 57 |

| | | |
|--------------|--|----|
| Tabel XVI | Pernyataan Responden terhadap saya sering berpindah-pindah merek kendaraan dalam hal pembelian..... | 58 |
| Tabel XVII | Pernyataan Responden terhadap saya berminat untuk membeli Toyota yang kedua kalinya | 59 |
| Tabel XVIII | Pernyataan Responden terhadap saya membutuhkan Toyota dalam memenuhi keinginan bertransportasi | 60 |
| Tabel XIX | Pernyataan Responden terhadap saya mendapatkan informasi tentang merek Toyota dari promosi berbagai media | 61 |
| Tabel XX | Pernyataan Responden terhadap kendaraan merek Toyota mempunyai umur nilai ekonomis yang panjang | 62 |
| Tabel XXI | Pernyataan Responden terhadap Kendaraan merek Toyota mempunyai standar kualitas yang baik bila dibandingkan dengan merek lainnya | 63 |
| Tabel XXII | Pernyataan Responden terhadap saya membeli kendaraan merek Toyota karena produknya memenuhi harapan saya | 64 |
| Tabel XXIII | Pernyataan Responden terhadap saya akan menceritakan keunggulan produk merek Toyota kepada orang lain | 65 |
| Tabel XXIV | Pernyataan Responden terhadap ketika saya membutuhkan pencarian pembelian mobil kembali, maka Toyota adalah merek pertama | 66 |
| Tabel XXV | Uji Normalitas..... | 68 |
| Tabel XXVI | Analisa Validitas Awal | 69 |
| Tabel XXVII | Tabel hasil Validitas Awal | 70 |
| Tabel XXVIII | Tabel hasil Validitas Akhir | 71 |
| Tabel XXIX | Pengujian Reliabilitas <i>Perceived Value</i> | 72 |

| | | |
|--------------|---|----|
| Tabel XXX | Pengujian Reliabilitas <i>Brand Association</i> | 73 |
| Tabel XXXI | Pengujian Reliabilitas <i>Brand loyalty</i> | 74 |
| Tabel XXXII | Pengujian Reliabilitas Keputusan Pembelian | 76 |
| Tabel XXXIII | Coefficient..... | 78 |
| Tabel XXXIV | Anova..... | 78 |
| Tabel XXXV | Model Summary..... | 79 |