

**PENGARUH ELEMEN-ELEMEN BRAND EQUITY TERHADAP RASA
PERCAYA DIRI PELANGGAN ATAS KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR YAMAHA (Study Pada Dealer Yamaha Yes Ende)**

SKRIPSI

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



OLEH

**WALIA RAHMANIA JUMAIRAH
2017410253**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS FLORES
ENDE
2022**


LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : WALIA RAHMANIA JUMAIRAH
Nim : 2017410253
**Judul : PENGARUH ELEMEN-ELEMEN BRAND EQUITY
TERHADAP RASA PERCAYA DIRI PELANGGAN ATAS
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA
(Study Pada Dealer Yamaha Yes Ende)**

Ende, 02 Februari 2022

Telah Diujikan Di Depan Tim Penguji

Pembimbing I



Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc
NIDN.0826097401

Pembimbing II



Maria Helena C. Dua Mea, SS., MM
NIDN. 0831108301

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores



Lambertus Langa, SE., M.Sc
NIDN. 0825077101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah Diterima dan Disahkan oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 02 Februari 2022

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



Irian Dewa Soleman, SE.,M.Sc
NIDN. 0826037001

Mengetahui
Ketua Program Studi
Manajemen



Embertus Laonga, SE.,M.Sc
NIDN. 0825077101

Tim Penguji:

- | | | | |
|----|---------------------------------------------------------------|----|--|
| 01 | <u>Gabriel Tanusi, SE.,M.Si</u>
NIDN.0827067101 | 1. | |
| 02 | <u>Maria Endang Jamu, SE.,MM</u>
NIDN. 0814109101 | 2. | |
| 03 | <u>Yulius Laga, SE.,M.Ec.,Dev</u>
NIDN. 0829069001 | 3. | |
| 04 | <u>Maria Helena C. Dua Mea, SS.,MM</u>
NIDN. 0831108301 | 4. | |
| 05 | <u>Dr.Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc</u>
NIDN.0826097401 | 5. | |



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul : **“Pengaruh Elemen-Elemen Brand Equity Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Study Pada Dealer Yamaha Yes Ende) Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 02 Februari 2022 adalah hasil karya saya.**

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini . bila kemudian terbukti bahwa ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berati gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 19 Oktober 2020
Yang Memberi Pernyataan




Walia Rahmania Jumairah
2017410253

MOTTO

*“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
maka apabila Kamu telah selesai (dari suatu urusan)
kerjakanlah dengan sesungguhnya (urusan) yang lain dan
hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”
(Al-insyiroh: 6-8)*

PERSEMBAHAN

Keberhasilan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini bukan semata-mata hasil karya dan usahaku sendiri melainkan karena adanya berkat limpahan rahmat yang diberikan oleh Allah Swt dengan campur tanganNya yang maha kuasa yang senantiasa membimbing dan menuntun peneliti serta semua pihak yang telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan tulisan ini. Dengan hati yang penuh tulus, skripsi ini saya persembahkan kepada:

Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, hidayah, inayah serta kenikmatan terutama nikmat kesehatan dan nikmat perjuangan.

Yang tercinta kedua orang tuaku Bapa Ibrahim Mbitu dan Mama Siti Nur Umar dan adik adik, Muhamad Vikram, Muhamad Abdullah yang telah penuh cinta dan kasih sayang yang membesarkan, menuntun, mendidik, membiayai perjalanan studi-ku hingga selesai .

Keluarga terkhusus, Nenek H. Mahani H. Ibrahim, Mama ibu Maryam Umar, Bapak pak Ruslin, Mama Neng Umar, Bapa Gunawan yang dengan tulus ikhlas memberikan dukungan kasih sayang dan membantu membiayai sehingga memperlancar saya dalam perjalanan perjuangan menuju studi-ku .

Yang tersayang Muda isa, Om arif, Kak ni, Abang ilham, Adik mayang, Adek tia, abang yadin, Om arii yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan dalam perjalanan studi-ku .

Almamaterku Tercinta Universitas

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak terhingga penulis panjatkan kehadirt Tuhan Yang Maha Pemurah karena atas rahmat dan tuntunan-Nya, penulis dapat merampungkan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul **”Pengaruh Elemen-Elemen Brand Equity Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Atas Keputusan Sepeda Motor Yamaha (Study Pada Dealer Yamaha Yess Ende)”** .

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan kerendahan hati disampaikan terimakasih kepada yang terhormat:

Bapak Dr. Simon Sira Padji MA selaku Rektor Universitas Flores

Ibu Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi.

Bapak Lambertus Langga.,SE.,M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen.

Bapak Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc dan Ibu Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S.,MM selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bapak Gabriel Tanusi, SE.,M. Si, Bapak Yulius Laga, SE.,M.Ec.,Dev dan Ibu Maria Endang Jamu, SE., MM selaku tim penguji

Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Flores

Manajer Dealer Yamaha Yess Ende dengan stafnya dengan caranya masing-masing memberikan dukungan bantuan selama penulis melakukan penelitian.

Sahabat-sahabatku Kak fifin mulyanti, Saliha malo, Yuniar ananda sari, Veronika Dhoe, Fransiska Emilince soba, Karmila M. Nasir, Theresia dhambo, dan Kak

Rosadelima saina (KichiiGeng's) terima kasih atas dorongan, semangat, kerja sama, motivasi dan saling bersama-sama berjuang yang tidak pernah terlupakan .

Seluruh teman-teman angkatan 2017 Prody Manajemen. Terima kasih atas dukungan moral dari kalian semua.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini oleh karena kemampuan yang terbatas ini. Bukankah kesempurnaan membuat kita lengah dan berhenti berusaha dan meningkatkan kopetensi untuk belajar dan terus menjadi yang terbaik.

Ende, 02 Februari 2022

Penulis

Walia Rahmania Jumairah

ABSTRAK

Walia Rahmania Jumairah, Fakultas Ekonomi, Program Sdi Manajemen. Program Sarjana. Pengaruh Elemen-Elemen *Brand Equity* Terhadap Rasa Percaya Diri Pelangan Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Dealer Yamaha Yess Ende) Pembimbing I: Rafael Octavianus Byre Pembimbing 2 : Maria Helena Carolinda Dua Mea

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Untuk mengetahui (1) Apakah ada pengaruh elemen-elemen *brand equity* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha (studi pada Dealer Yamaha Yess Ende) (2) Apakah ada pengaruh rasa percaya diri terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha (studi pada Dealer Yamaha Yess Ende). Penelitian ini termasuk penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang pelanggan Dealer Yamaha Yess Ende. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Regresi linier berganda digunakan untuk uji hipotesis penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) Ada pengaruh partial dan signifikan elemen-elemen *brand equity* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha (studi pada Dealer Yamaha Yess Ende), dengan nilai beta (β) sebesar 0,783 (2) Ada pengaruh partial dan signifikan rasa percaya diri terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha (studi pada Dealer Yamaha Yess Ende), dengan nilai beta (β) sebesar 0,521

Kata kunci: Elemen-Elemen *Brand Equity*, Rasa Percaya Diri, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Walia Rahmania Jumairah, faculty of economics, management study program. Degree program. The Influence of Brand Equity Elements on Customers Confidence in Buying Yamaha Motorccles (Study on Yamaha Dealer Yess Ende) Supervisor 1:Rafael Octavianus Byre Supervisor 2 Maria Helena Carolinda Dua Mea.

This study aims to find out (1) Is there an influence of brand equity elements on purchasing decisions for Yamaha Motorcycles (Study At Yamaha Yess Ende Dealer) (2) is there an effect of taste. Confident about the decision to buy a Yamaha motorcycle (study On Yamaha Dealer Yess Ende). This research includes casuality research using a quantitatif approach. The sample in this study was 100 Yamaha Yess Ende Dealer customer. Data were collected by using a questionnaire that had been tested for validity and realibity. Multiple linear regression wa used to test the hypothesis of significant influence of bran equity elements on the purchase decision of Yamaha motorcycles (study at Yanaha Dealer Yess Ende), with a beta value (B) of 0.783 (2) there is a partial and significant effect confidence in the decision to purchase a Yamaha motorcycle (Study At Yamaha Yess Ende Dealer), with a beta value (3) of 0.521

Keyword : Brand Equity Elements, Confidence, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	11
Tujuan Penelitian	12
Manfaat Penelitian	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
Pemasaran.....	13
Merek	14
Ekuitas Merek(<i>Brand Equity</i>)	16
Rasa Percaya Diri	19
Keputusan Pembelian.....	22
Penelitian Terdahulu.....	29

Hipotesis.....	30
Kerangka pemikiran.....	32

BAB III.METODE PENELITIAN

Desain Penelitian	33
Lokasi Penelitian	33
Populasi dan Sampel.....	33
Variabel Penelitian.....	35
Definisi Operasional Variabel	36
Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	37
Pengumpulan Instrumen Penelitian	38
Uji Hipotesis.....	41

BAB IV.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian.....	43
Karakteristik Responden	46
Deskripsi Responden	47
Uji Instrument Penelitian	50
Uji Hipotesis.....	55
Pembahasan Hasil Penelitian.....	59

BAB V.PENUTUP

Kesimpulan.....	64
Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIR

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Perkembangan penjualan sepeda motor berdasarkan merek tahun 2019	8
Tabel 1.2 Penjualan sepeda motor yamaha untuk semua tipe pada dealer yamaha yes ende tahun 2019-2020	10
Tabel 2.1 Ringkasan penelitian terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 4.1 Data responden berdasarkan jenis kelamin	57
Tabel 4.2 Data responden berdasarkan pekerjaan	48
Tabel 4.3 Data responden berdasarkan pendapatan	49
Tabel 4.4 Uji validitas dan realibilitas	50
Tabel 4.5 Hasil uji linieritas	53
Tabel 4.6 Uji heterokedastisitas	54
Tabel 4.7 Uji normalitas data	54
Tabel 4.8 Hasil uji autokorelasi dengan test durbin-waston	55
Tabel 4.9 Hasil analisis regresi pengaruh elemen-elemen <i>brand equity</i> terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha (studi dealer yamaha yes ende)	56
Tabel 4.10 Hasil koefisien determinan pengaruh elemen-elemen <i>brand equity</i> terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha (studi dealer yamaha yes ende)	57
Tabel 4.11 Hasil analisis regresi pengaruh elemen-elemen <i>brand equity</i> terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha (studi dealer yamaha yes ende)	57
Tabel 4.12 Hasil koefisien determinan pengaruh elemen-elemen brand equity terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha (studi dealer yamaha yes ende)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1. Digram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4.2. Digram Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Gambar 4.3. Digram Responden Berdasarkan Pendapatan	50