

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK
MOTOR YAMAHA DI THAMRIN BROTHERS PRABUMULIH**



Skripsi

RAMA SANJAYA

01011281823104

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS SRWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2022

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK
MOTOR YAMAHA DI THAMRIN BROTHERS PRABUMULIH**

Disusun oleh :

Nama : Rama Sanjaya

Nim : 01011281823104

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang kajian / konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Ketua



Tanggal 15 – September - 2022

Hj. Nofiauwaty, S.E., M.M

NIP. 19691108199402001

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M

NIP. 197407102008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK
MOTOR YAMAHA DI THAMRIN BROTHERS PRABUMULIH**

Disusun oleh :

Nama : Rama Sanjaya
Nim : 01011281823104
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang kajian / konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 07 November 2022 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya, 07 November 2022

Ketua

Hj. Nofiawaty, S.E., M.M
NIP. 19691108199402001

Anggota

Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Anggota

Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A
NIP. 198106302014092001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen,

An

Isni Andriana, S.E., M.Fin, Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Rama Sanjaya
NIM : 01011281823014
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul :

Analisis Pengaruh Ekuitas Merek (*Brand Equity*) Terhadap Keputusan pembelian Konsumen pada Produk Motor Yamaha Di Thamrin Brothers Prabumulih.

Pembimbing :
Ketua : Hj. Nofiawaty, S.E., M.M
Anggota : Welly Nailis, S.E., M.M
Tanggal Ujian : 07 November 2022

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak saya sebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Indralaya, 07 November 2022

Pembuat pernyataan



Rama Sanjaya
NIM.0101281823104

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“PENDIDIKAN ADALAH TIKET KE MASA DEPAN. HARI ESOK DIMILIKI OLEH ORANG-ORANG YANG MEMPERSIAPKAN DIRINYA SEJAK HARI INI”-MALCOLM X

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- Universitas Sriwijaya
- Orang Tua tercinta yang selalu mendoakan, membantu, serta memotivasi setiap saat
- Kakak dan adik yang selalu mendukung
- Sahabat terbaik yang selalu membantu
- Teman-teman dari Manajemen S1 Universitas Sriwijaya Angkatan 2017
- Orang-orang terdekat yang selalu memotivasi
- Para Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
- Almamater

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan karunia-Nyalah sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul “**Analisis Pengaruh Ekuitas Merek (*Brand Equity*) Terhadap Keputusan pembelian Konsumen pada Produk Motor Yamaha Di Thamrin Brothers Prabumulih**”.

Proposal skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Untuk menyelesaikan proposal skripsi ini peneliti pastinya tidak luput dari kendala dan kesalahan, berkat dukungan, kerja keras, bimbingan dan doa penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang memberi semangat, dukungan dan doa.

Peneliti sangat menyadari bahwa proposal yang penulis buat tidak luput dari berbagai kekurangan, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang dapat membantu peneliti untuk membangun kemajuan penelitian maupun pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lebih lanjut.

Indralaya, 09 Nopember 2022



Rama Sanjaya

NIM. 01011281823104

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena dengan ridho dan rahmatnya peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi tepat pada waktunya. Peneliti menyadari tanpa adanya bantuan, dukungan, doa, dan motivasi dari beberapa pihak penulisan skripsi ini tidak akan berjalan baik dan lancar. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya untuk semua pihak yang telah terlibat untuk membantu baik secara langsung atau tidak langsung dalam penulisan Skripsi ini. Secara khusus peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak terutama kepada :

1. Peneliti panjatkan rasa syukur kepada **Allah SWT**, karena ridho dan rahmatnya peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan baik dan lancar.
2. **Orang tua** tercinta yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang kepada peneliti.
3. **Adik** yang selalu ada dan menemani dalam penulisan Skripsi.
4. **Bapak Prof. Dr. Mohammad Adam, S.E., M.E., CFP, QWP, CWM** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
5. **Ibu Isnri Andriana, S.E., M. Fin., Ph. D.**, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Sriwijaya.
6. **Ibu Hj. Nofiawaty, S.E., M.M.**, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan, dukungan, dan memotivasi peneliti untuk menyelesaikan penulisan Skripsi.

7. **Bapak Welly Nailis, S.E., M.M** selaku dosen pembimbing yang selalu membantu, memotivasi, dan memberikan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan penulisan Skripsi.
8. **Ibu Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A** selaku dosen penguji Skripsi yang telah memberikan masukan dan semangat dalam penulisan skripsi sehingga peneliti menjadi pribadi yang berkualitas untuk kedepannya.
9. **Lab Pemasaran dan Bisnis**, yang telah memberikan masukan serta bantuan kepada peneliti.
10. **Seluruh Sahabatku**, yang telah menemani dan membantu selama masa perkuliahan.
11. **Teman-teman Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya angkatan 2018** yang tidak dapat disebutkan satu per Satu.

Saya berharap Skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca.

Indralaya, 09 Nopember 2022

Peneliti



Rama Sanjaya

NIM. 01011281823104

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK MOTOR YAMAHA DI THAMRIN BROTHERS PRABUMULIH

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis pengaruh ekuitas merek (*brand equity*) terhadap keputusan pembelian konsumen Pada produk motor Yamaha di Thamrin Brothers Prabumulih. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan jumlah sampel 100 orang responden masyarakat kota Prabumulih. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan instrumen penelitian yang berupa kuesioner. Data primer penelitian ini diolah dengan SPSS versi 25. Dari hasil yang didapatkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *brand awareness*, *perceived quality*, *association brand* dan *brand loyalty* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk motor Yamaha di Thamrin Brothers Prabumulih. Dimensi *perceived quality* dan *association brand* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Yamaha di Thamrin Brothers Prabumulih. Sedangkan dimensi *brand awareness* dan *brand loyalty* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Yamaha di Thamrin Brothers Prabumulih.

Kata kunci : Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian

Ketua



Nofiawaty, S.E., M.M.

NIP. 19691108199402001

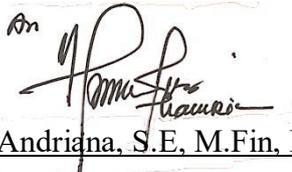
Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M.

NIP. 197407102008011011

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen,



Isni Andriana, S.E, M.Fin, Ph.D

NIP. 197509011999032001

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS ON YAMAHA MOTORCYCLE PRODUCTS AT THAMRIN BROTHERS PRABUMULIH

This study aims to determine how the influence of the dimensions of brand awareness, perceived quality, association brand and brand loyalty on consumer purchasing decisions on Yamaha motorcycle products at Thamrin Brothers Prabumulih. The sampling method used in this study is a non-probability sampling method with a total sample of 100 respondents from the Prabumulih city community. This research data collection technique using a research instrument in the form of a questionnaire. Primary data of this study were processed with SPSS version 25.0. The results obtained in this study indicate that the dimensions of brand awareness, perceived quality, association brand dan brand loyalty have a significant influence on on consumer purchasing decisions on Yamaha motorcycelle products at Thamrin Brothers Prabumulih. The dimensions of perceived quality and association brand partially do not have a significant effect on on consumer purchasing decisions on Yamaha motorcycle products at Thamrin Brothers Prabumulih. While the dimension of brand awareness and brand loyalty partially has a significant effect on on consumer purchasing decisions on Yamaha motorcycle products at Thamrin Brothers Prabumulih.

Keywords : Brand Equity, Purchasing Decisions

Advisor I



Nofiawaty, S.E., M.M.
NIP. 19691108199402001

Advisor II



Welly Nailis, S.E., M.M.
NIP. 197407102008011011

*Acknowledge by,
Head Of Management Department,*



Isni Andriana, S/E, M.Fin, Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing Skripsi menyatakan bahwa skripsi dari mahasiswa :

Nama : Rama Sanjaya
NIM : 01011281823104
Jurusan : Manajemen
Judul : Analisis Pengaruh Ekuitas Merek (*Brand Equity*)
Terhadap Keputusan pembelian konsumen Pada Produk
Motor Yamaha Di Thamrin Brother Prabumulih

Telah kami periksa cara penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses* dan kami setuju untuk di tempatkan pada lembar abstrak.

Palembang, 09 Nopember 2022

Pembimbing Skripsi

Pembimbing I



Nofiawaty, S.E., M.M.

NIP. 19691108199402001

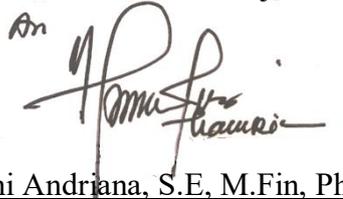
Pembimbing II



Welly Nailis, S.E., M.M.

NIP. 197407102008011011

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen,

An 

Isni Andriana, S.E, M.Fin, Ph.D

NIP. 197509011999032001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Rama Sanjaya
NIM : 01011281823104
Tempat / Tanggal Lahir : Payuputat, 19 Nopember 1999
Agama : Islam
Status : Mahasiswa
Alamat : Jl. Gunung Kemala - Payuputat No. 44 RT 02 RW
06 Kelurahan Payuputat Kecamatan Prabumulih
Barat Kota Prabumulih
Alamat Email : ramasanjaya1999@gmail.com
Pendidikan Formal :
Sekolah Dasar : SDN 77 Kota Prabumulih
SLTP : Mts Al - Ittifaqiyah
SLTA : SMAN 1 Prabumulih
Pendidikan Non Formal : Palcomtech
Pengalaman Organisasi : OSIS MAN 1 Prabumulih, ROHIS MAN 1
Prabumulih
Penghargaan Prestasi : -

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	x
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan dan Market Share Sepeda Motor di Indonesia tahun 2021	5
Tabel 1. 2 Top Brand kategori Otomotif Sepeda Motor di Indonesia	6
Tabel 1. 3 Data Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha Thamrin Brothers Prabumulih perunit tahun 2019-2021	8

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini perkembangan menjadi begitu kompleks. Khususnya perkembangan industri sepeda motor yang mengalami perkembangan yang signifikan dengan hadirnya berbagai macam merek yang digunakan oleh beberapa perusahaan. Merek merupakan label yang diasosiasikan dengan produk atau jasa serta merupakan janji produsen kepada konsumen terhadap konsistensi suatu produk yang diharapkan. Menurut Aaker (1996:7) merek adalah nama atau simbol yang dapat memberikan kekuatan pada produk atau layanan yang kemudian dapat menjadi pembeda dengan pesaing atau dapat diartikan merek adalah tanda pengenal. Oleh karena itu salah satu perusahaan memperkenalkan dan mengukur mereknya yaitu dengan ekuitas merek (*brand equity*). Adanya *brand equity* keberadaan merek diluar dapat diukur.

Brand equity merupakan nilai tambah perusahaan yang diberikan kepada produk atau jasa. Brand equity di kelompokkan menjadi 4 komponen diantaranya kesadaran merek (*brand awareness*), persepsi kualitas (*perceived quality*), asosiasi merek (*brand association*) dan loyalitas merek (*brand loyalty*). (Wijanarko dan Suwitho : 2014)

Kesadaran merek (*brand awareness*) merupakan perilaku pelanggan secara spontan mengingat atau mengenali suatu merek dari produk Yamaha. PT Thamrin Brothers Prabumulih menonjolkan beberapa desain yang menarik atau varian yang baru agar dapat menciptakan kesadaran konsumen terhadap merek

Yamaha. (David A. Aaker, 1997). Dari data penjualan pada perusahaan Thamrin Brothers Prabumulih menunjukkan adanya ketidakstabilan dilihat pada tahun 2020 mengalami penurunan dari 2019 dan kemudian menaik lagi pada tahun 2021. Penurunan ini disebabkan kurangnya Varian baru dari Yamaha sedangkan pesaing utamanya, yaitu Honda terus mengeluarkan varian baru. Hal ini Setiap masalah tersebut terjadi, maka menciptakan rendahnya nilai brand equity yang dimiliki oleh perusahaan Thamrin Brother di Prabumulih.

Persepsi kualitas (*perceived quality*) merupakan evaluasi suatu konsumen terhadap suatu produk atau jasa layanan yang diberikan dan dapat mempengaruhi loyalitas terhadap brand itu sendiri. *Top Brand* ketegori Otomotif Sepeda Motor di Indonesia 2019 - 2022 bahwa motor Yamaha tipe matik selalu berada pada posisi dibawah merek lain yaitu masih dipegang oleh merek Honda. Hal ini tampak rata-rata konsumen pengguna sepeda motor beranggapan bahwa sepeda motor merek Honda tipe matik mempunyai ketahanan yang handal dibandingkan merek Yamaha.

Sementara itu, asosiasi merek (*Brand association*) yaitu segala sesuatu yang melekat dalam ingatan (*memory*) seseorang terhadap sebuah brand. (David A. Aaker 1997). Untuk di daerah penelitian yaitu di Kota Prabumulih terlihat bahwa banyak orang yang telah membeli dan memakai sepeda motor merek Yamaha, hal ini dibuktikan bahwa motor Yamaha sudah terkenal dan banyak diminati oleh masyarakat Prabumulih dilihat dari data penjualan pada tabel 3 meskipun penjualan mengalami ketidakstabilan yang akan berdampak pada loyalitas konsumen.

loyalitas merek (*brand loyalty*) adalah kondisi dimana konsumen melakukan pembelian secara berkala dan memiliki sikap yang baik terhadap merek. (Mowen dan Minor Hasanah : 2009). Yamaha Thamrin Brothers Prabumulih memberikan layanan gratis service selama 3 bulan kepada konsumen yang melakukan pembelian terhadap produknya, tak hanya itu Thamrin Brothers Prabumulih juga melakukan bagi-bagi hadiah kepada konsumen yang melakukan service dan ganti oli. Ini merupakan strategi Yamaha untuk membuat konsumen tidak beralih ke merek lain dan membuat konsumen menjadi loyal.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2004) keputusan pembelian diartikan sebagai pemilihan dari dua atau lebih alternatif yang ada, artinya bahwa syarat seseorang dapat membuat keputusan haruslah tersedia beberapa pilihan. Tujuan dari penelitian ini sesungguhnya adalah untuk mengetahui pengaruh dari kesadaran merek (*brand awareness*), pemahaman kualitas (*perceived quality*), asosiasi merek (*brand association*), dan loyalitas merek (*brand loyalty*) terhadap keputusan pembelian (*purchasing decisions*).

Seiring berkembangnya zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi dan kemajuan teknologi di segala bidang yang dapat memunculkan persaingan antara perusahaan domestik dengan perusahaan asing. perusahaan-perusahaan sepeda motor saat ini sudah banyak beredar di Indonesia antara lain Yamaha, Honda, Suzuki, Kawasaki dan merek-merek lain. Perusahaan-perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan keunggulan yang kompetitif dan bersaing melakukan inovasi terhadap produknya dengan memberikan diferensiasi pada tipe, model dan teknologinya sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan beberapa pertimbangan

seperti gaya hidup dan hobi penggunanya. Pertumbuhan angka sepeda motor dari tahun ke tahun semakin besar hal ini mendorong produsen untuk selalu meningkatkan penjualan sehingga produsen yang ada akan bersaing untuk menjadi *market leader* karena dengan menjadi *market leader* mendapatkan banyak keuntungan.

Salah satu merek sepeda motor yang digemari oleh sebagian masyarakat sekarang adalah merek Yamaha. Di Indonesia awalnya perusahaan Yamaha hanya merakit motor saja yang mana komponennya di datangkan dari Jepang. YIMM atau sering disebut Yamaha Indonesia Motor Manufacturing merupakan perusahaan terkemuka yang memproduksi sepeda motor dengan induk perusahaan bernama Yamaha Motor Company yang berpangkalan di negara sebelah yaitu Jepang. YIMM didirikan pada tanggal 6 juli 1974. YIMM sendiri merupakan sebagai usaha perakitan body dan mesin yang berlokasi di Pulo Gadung Jakarta Timur. Untuk dapat mengguguli pangsa pasar dan menghadapi pesaingnya yaitu Honda, Yamaha selalu menciptakan penemuan-penemuan baru yang disesuaikan dengan perkembangan dan keinginan konsumen sehingga tetap laku. Berikut data penjualan dan market share sepeda motor di Indonesia tahun 2021 :

Tabel 1. 1 Data Penjualan dan Market Share Sepeda Motor di Indonesia tahun 2021

Merek	Penjualan	Persentase
Honda	3.928.788 unit	77,68 %
Yamaha	1.063.866 unit	21,04 %
Kawasaki	43.540 unit	0,86 %
Suzuki	18.380 unit	0,36 %
TVS	2.942 unit	0,04 %
Total	5.057.516 unit	100 %

Sumber : AISI

Salah satu indikator bahwa merek dapat dikenal luas bagi masyarakat yang akan menjadi perbincangan yaitu masuk dalam kategori peringkat yang mengungguli pangsa pasar yang ada di Indonesia atau dalam kategori peringkat nasional, untuk dapat melihat dalam jajaran peringkat nasional adalah dengan melihat hasil *survey* merek tentang *Top Brand Award* yang resmi dan dilakukan oleh Frontier Research secara independent. *Top Brand* diberikan kepada merek-merek yang berperforma luar biasa dipasar Indonesia. Performa tersebut diukur dalam *mind share*, *market share* dan *commitment share*. Yamaha sendiri kini berada pada peringkat kedua dengan persentase 12.9% motor mio dengan tipe matic dan 10.1% dengan motor V-ixion tipe sport, Honda sendiri memiliki persentase paling tinggi dengan jumlah 35,6% motor beat tipe matic dan 31.6% untuk motor CBR tipe sport. Yamaha harus bersaing ketat dengan merek lain yang mana untuk sekarang ini masih dipimpin oleh merek lain.

**Tabel 1. 2 Top Brand kategori Otomotif Sepeda Motor di Indonesia
2019 – 2021**

Merek	Tipe dan Jenis		Top Brand Award		
			2019	2020	2021
Honda	Matic	Beat	36.3%	35.8%	35.6%
	Sport	CBR	23.7%	22.1%	31.6%
Yamaha	Matic	Mio	12.9%	13.6%	12.9%
	Sport	V-ixion	12.5%	6.7%	10.1%

www.topbrand-award.com./tentang-top-brand-award/

Dari data pada tabel 1 menunjukkan bahwa Yamaha mengalami fluktuasi nilai TBI, hal ini harus diwaspadai oleh perusahaan yamaha mengingat konsumen bisa saja dapat beralih ke merek lain. hal ini dapat dilihat dari tabel Top Brand kategori sepeda motor berikut yang bersumber dari Similiar Web www.topbrand-award.com./tentang-top-brand-award/. Dari nilai TBI di atas juga menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang tidak stabil bagi Yamaha, hal ini akan berdampak pada penurunan penjualan. Mengingat bahwa kepuasan pelanggan sangatlah penting untuk dapat meningkatkan penjualan dan membuat pelanggan menjadi loyal.

Kini Yamaha sudah dipasarkan di seluruh pelosok Indonesia termasuk di Sumatera Selatan ibukota Palembang. Di Palembang sepeda motor sudah banyak digunakan atau dimiliki oleh kaula mud maupun orang dewasa hal ini dikarenakan kota ini tempat yang tepat bagi pasar produk merek Yamaha dan juga dikarenakan

terdapat beberapa sekolah dan universitas ternama di Sumatera Selatan. Akan tetapi dari kebanyakan konsumen tersebut motor tipe matic sendiri yang masih banyak digandrungi oleh masyarakat kota Palembang.

Untuk di Prabumulih sendiri perusahaan Yamaha dikenal dengan nama Thamrin Brothers Prabumulih yang terletak di Jln. Jenderal Sudirman No.59 Kel. Muara Dua Kecamatan. Prabumulih Timur Kota Prabumulih 31114. Yamaha memberikan perhatian terhadap kota ini yang tidak begitu jauh dengan kota-kota lain dengan membangun *dealer, sales dan service* di kota Prabumulih. Kota Prabumulih merupakan kota yang tepat bagi pangsa pasar Yamaha karena penduduknya yang ramai dengan mayoritas berpendapatan menengah serta di Prabumulih banyak kaum kaula muda yang masih sangat produktif menggunakan transportasi beroda dua.

Pada kondisi saat ini kendaraan beroda dua sangat membantu aktivitas masyarakat karena lebih efisien dan efektivitas, dengan pilihan masyarakat yang dominan menggunakan kendaraan beroda dua menjadi keuntungan bagi pelaku usaha otomotif. Untuk dapat meningkatkan penjualan perusahaan harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat hal ini juga dapat membantu mengurangi biaya suatu perusahaan. Berikut ini data penjualan sepeda motor Yamaha Thamrin Brothers Prabumulih tahun 2019 sampai 2021.

Tabel 1. 3 Data Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha Thamrin Brothers Prabumulih Per Unit Tahun 2019-2021

Unit / Tahun		
2019	2020	2021
1310	719	1089

Sumber : Dealer Yamaha Thamrin Brothers Prabumulih

Berdasarkan data penjualan diatas bahwa pada tahun 2019 penjualan sepeda motor merek Yamaha mencapai 1310 unit pertahun, dan pada tahun 2020 tingkat konsumsi motor merek Yamaha menurun hingga mencapai 719 unit pertahun kemudian pada tahun 2021 penjualan mencapai 1089 unit dalam pertahun.

Keputusan pembelian merupakan target utama yang harus dicapai oleh perusahaan Thamrin Brother sehingga dapat mengalami peningkatan penjualan produk dan perluasan pangsa pasar. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan keputusan pembelian pada dasarnya konsumen mempertimbangkan harga, kualitas dan merek yang sudah banyak dikenali oleh masyarakat (Zeithalm dalam Setiadi, 2010).

Berdasarkan uraian diatas yang menjadi latar belakang dalam penelitian ini. Oleh karena itu peneliti menetapkan judul penelitian ini sebagai berikut : **“Analisis Pengaruh Ekuitas Merek (*Brand Equity*) Terhadap Keputusan pembelian konsumen Pada Produk Motor Yamaha Di Thamrin Brother Prabumulih”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang telah diuraikan diatas bahwa peneliti ingin mengetahui apakah *brand equity* pada produk Yamaha dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari rujukan tersebut peneliti membuat kesimpulan dengan beberapa rumusan berikut ini :

1. Apakah variabel *brand equity* berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk Yamaha Thamrin Brother Prabumulih?
2. Variabel manakah paling dominan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Yamaha Thamrin Brother Prabumulih?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan beberapa rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan dalam penelitian ini antara lain yaitu:

1. Mengkaji pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian pada produk Yamaha Thamrin Brother.
2. Mengetahui variabel mana dari *brand equity* yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian pada produk Yamaha Thamrin Brother.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun harapan dalam penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat baik pada pembaca, praktisi maupun akademisi. Berikut saya uraikan manfaat dari penelitian ini:

1. Teoritis, yaitu sebagai bahan informasi, dan ilmu pengetahuan terkhusus bagi manajemen pemasaran serta menjadi acuan atau referensi bacaan dalam penelitian lanjutan.
2. Praktisi, sebagai masukan atau referensi bagi Yamaha dalam menjalankan bisnisnya terutama dalam strategi *brand equity*, dan bagi konsumen dalam pengambilan keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- (Of et al., n.d.)Aprilia, M., & Widyawati, N. (2017). *Page 1*. 1–27.
- Faktor, A., & Ekuitas, F. (2015). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Yamaha Mio-J Di Kota Tomohon. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 47–60.
- Habibah, N. F. (2020). <https://ejournal.ibntegal.ac.id/index.php/iqtishodiah> ISSN 2714-8572. 10–18.
- Hamidi, A., Arifin, Z., & Wilopo. (2014). (Survei pada Konsumen Sepeda Motor Merek Honda Di Dealer PT . Nusantara Surya. *JurnalAdministrasiBisnis (JAB)*, 10(1), 1–9. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Hanggadhika, H. (2010). *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Handphone Merek Nokia Di Semarang*. 1–178.
- Hidayat, B. R. (2020). *Analisis Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Susu Frisian Flag Di Kota Malang*.
<http://eprints.umm.ac.id/60718/>
- Khasanah, I. (2013). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(1), 1–1.
- Kompas.com. (2014). *Ini Fitur Keamanan Sepeda Motor yang Penting untuk Harian*. www.kompas.com.
<https://otomotif.kompas.com/read/2014/05/19/1856558/Ini.Fitur.Keamanan.Sepeda.Motor.yang.Penting.untuk.Harian>
- Lestari, M. A. (2018). Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(8).
- Lukman, M. D. (2014). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 64–81.
- Nurhamidah, N. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Produk Kosmetik Wardah Di Kabupaten Garut. *Jurnal Kalibrasi*, 17(1), 33–38. <https://doi.org/10.33364/kalibrasi/v.17-1.739>

Of, A., Effect, T. H. E., Brand, O. F., On, E., Purchasing, T. H. E., Of, D., & Pekanbaru, S. I. N. (n.d.). *Page 1 67*. 1–20.

Oktarina, D. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek, Motivasi Dan Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, 12(1), 9–15.

Pamungkas, A. (2021). *Pentingnya Menjaga Kualitas Produk bagi Bisnis*.

Www.Majoo.Com. <https://majoo.id/solusi/detail/kualitas-produk#:~:text=Memperhatikan dan menjaga kualitas produk,menarik pelanggan untuk melakukan pembelian>.

PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA PADA PT . SURACO JAYA ABADI MOTOR CABANG SUNGGUMINASA KAB . GOWA Oleh SRI WAHYU NINGSIH. (2019).

Redcomm. (2021). *TIPS MEMBANGUN BRANDING PRODUK YANG MELEKAT DI BENAK PELANGGAN*. <https://Medium.Com/>.
<https://redcomm.co.id/knowledges/tips-membangun-branding-produk-yang-melekat-di-benak-pelanggan>

Rina, S. (2018). UNIVERSITAS SUMATERA UTARA Poliklinik UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 1(3), 82–91.

Setiyani, M. S. (2020). *No Analisis Pengaruh Ekuitas Merek dan Citizen Brand Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sari Roti Di Indomaret Kota Surakarta*. *Agrista*, 8(3), 1–9.

Sulistyowati, F. A. (2013). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Dipenogoro Journal of Management*, 1(2), 1–11.

Weinard Pinassang, A., Toto Rahardjo, S., & Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Jl Soedharto, J. (2017). Pengaruh Ekuitas

Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Wijaya, R. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Engaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphonemerek Samsung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Wirastomo, W. A. (2012). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Pada Pelanggan PT. Yamaha Agung Motor Semarang). *Skripsi*, 1–80.

Zultilhansyah, & Haryanti, I. (2020). Jurnal manajemen dewantara. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 4(2), 90–97.