PENGARUH KESADARAN MEREK DAN ASOSIASI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA YARIS PADA KONSUMEN DI PT. WIJAYA MOTOR LESTARI BANDUNG

The Influence from Brand Awareness and Brand Association to Purchase Decision of Toyota Yaris on PT. Wijaya Motor Lestari Bandung

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Usulan Penelitian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Komputer Indonesia

Oleh :
ERI SETIA WARDANI
NIM : 21212924

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2017

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis (Skripsi) saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik (Sarjana) baik di Universitas Komputer Indonesia maupun di perguruan tinggi yang lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sangsi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Bandung, Februari 2017

Yang Membuat Pernyataan,



Eri Setia Wardani

ABSTRAK

Eri Setia Wardani 21212924 "Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Yaris Pada PT. Wijaya Motor Lestari Bandung", dibawah bimbingan Dr. Raeni Dwi Santy, SE., M.Si

Perkembangan zaman yang semakin modern, membuat kebutuhan manusia semakin meningkat pula. Kebutuhan manusia tersebut berkembang seiring dengan berbagai perubahan yang terjadi saat ini, terutama kondisi sosial ekonomi masyarakat. Salah satu kegiatan usaha yang paling dominan dan sangat dibutuhkan keberadaannya pada masa perkembangan ini adalah kegiatan di bidang transportasi.

Masyarakat mulai tertarik untuk membeli kendaraan untuk membantu mobilitasnya. Salah satu merek dari mobil Toyota yang menjadi mobil dikenal oleh masyarakat adalah Toyota Yaris. Penulis melakukan penelitian ini, mencoba untuk mengetahui bagaimana Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di PT. Wijaya Motor Lestari Bandung.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode dekriptif dan verivikatif .Setelah dilakukan tinjauan pustaka, dan penyusunan hipotesis, data dilakukan melalui metode kuesioner yang disebar kepada seratus responden pada konsumen di PT. Wijaya Motor Lestari Bandung dengan menggunakan *random sampling*. Sedangkan analisis dilakukan dengan pengolahan data menggunakan SPSS *for windows.* Kemudian dilakukan analisis dengan data yang ada menggunakan uji validitas, reliabilitas, determinasi, analisis jalur dan pengujian hipotesis menggunakan uji f dan uji t.

Hasil analisis data dari penelitian ini menunjukan hasil Kesadaran Merek dan Asosiasi merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Mobil Toyota Yaris di PT. Wijaya Motor Lestari Bandung, Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris pada PT. Wijaya Motor Lestari Bandung secara positif/signifikan. Secara parsial yang paling berpengaruh terhadap Keputusan pembelian adalah Asosiasi Merek dengan berada pada kategori baik.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Keputusan Pembelian