ANALISIS PENGARUH EKUITAS MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX PADA KOMUNITAS YNCI BANJARMASIN CHAPTER

SKRIPSI

OLEH
MUAMMAR FRAMUJA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2020 M/1442 H

ANALISIS PENGARUH EKUITAS MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX PADA KOMUNITAS YNCI BANJARMASIN CHAPTER

SKRIPSI

OLEH
MUAMMAR FRAMUJA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2020 M/1442 H

ANALISIS PENGARUH EKUITAS MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX PADA KOMUNITAS YNCI BANJARMASIN CHAPTER

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi

Oleh:
Muammar Framuja
1601151490

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2020 M/1442 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Muammar Framuja
NIM	: 1601151490
Tempat/Tgl. Lahir	: Kotabaru/ 11 Mei 1998
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, Oktober 2020

Yang membuat pernyataan,



PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul	:	**Analisis Pengaruh Ekuitas Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Pada Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter**
Ditulis oleh	:	MUAMMAR FRAMUJA
N I M	:	1601151490
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Program	:	Strata Satu (S-1)
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Tahun Akademik	:	2020 / 2021
Tempat dan tanggal lahir	:	Kotabaru, 11 Mei 1998
Alamat	:	Jl. Pelabuhan Komplek Pasar Mekarpura Rt. 02

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.

Banjarmasin, Oktober 2020

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin,

Rohana Faridah, SE, MM
NIP 197804272009012010

Pembimbing I

Dra, Faridah, M.H.I
NIP 196110071988032001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "**Analisis Pengaruh Ekuitas Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Pada Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter**", ditulis oleh MUAMMAR FRAMUJA, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 20 November 2020

Dinyatakan LULUS dengan predikat: 83,1 (A)

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI
NIP. 196006091988031003

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dra, Faridah, M.H.I (Ketua)	1.
2. Patimatu Jahra, S.Ag, M.Si (Anggota)	2.
3. Annisa Sayyid, M.Si (Anggota)	3.
4. Faqih El Wafa. M.S.I (Anggota)	4.

ABSTRAK

Muammar Framuja. 2020. *Analisis Pengaruh Ekuitas Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Pada Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter*. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dra. Faridah, M.H.I.

Kata Kunci: *Ekuitas Merk, Kesadaran Merk, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merk, Loyalitas Merk, Keputusan Pembelian*

Penelitian ini bertolak dari pemikiran bahwa jenis sepeda motor merk Yamaha yang paling laris dari tahun 2018-2020 adalah sepeda motor Yamaha Nmax. Motor ini memiliki kelebihan desain yang lebih menarik dan fitur fiturnya yang inovatif. Akhir-akhir ini ada satu merk sepeda motor yang begitu banyak diminati oleh para masyarakat khususnya di kota Banjarmasin yaitu sepeda motor merk Yamaha Nmax. Banyak dilihat masyarakat yang memakai sepeda motor merk Yamaha Nmax ini bahkan sudah ada beberapa komunitas / geng motornya yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia tak terkecuali di Kalimantan Selatan salah satunya Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter.

Komunitas YNCI (Yamaha Nmax Chapter Indonesia) ini merupakan komunitas dengan jumlah anggota yang terbilang banyak dan seluruh anggotanya menggunakan sepeda motor Yamaha Nmax, dan komunitas ini merupakan komunitas yang mendapatkan SK langsung dari pusat tidak berdiri secara independen yang berarti komunitas ini komunitas resmi Yamaha Nmax di Indonesia. Komuntas YNCI ini juga mempunyai cabang nya di wilayah Kalimantan Selatan yang membuktikan bahwa komunitas ini cukup maju dalam menjalankan aktivitas nya sehingga komunitas ini dapat membuka cabang di seluruh wilayah Indonesia salah satunya di kota Banjarmasin karena banyak para masyarakat yang ingin bergabung.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh ekuitas merk secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax pada Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter dan untuk menganalisis pengaruh ekuitas merk secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax pada Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan dapat diklasifikasikan menjadi variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (bebas) adalah "variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)" (Sugiyono, 2014, hal. 39). Variabel independen dalam penelitian ini adalah yakni X_1 berupa kesadaran merek, X_2 berupa persepsi kualitas, dan X_3 berupa asosiasi merek , dan X_4 loyalitas merk, dan Variabel dependen (terikat) adalah variabel "variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas" (Sugiyono, 2014, hal. 39). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif yaitu dengan menghimpun data kemudian diolah kembali dengan program SPSS 22,0. Lokasi penelitian adalah pada Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter. Jenis penelitian pada penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan dan teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara dan dokumentasi. Julmlah populasi dalam penelitian ini adalah

semua anggota Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter. Jumlah sampel sebanyak 32 reponden yang diperoleh setelah perhitungan data konsumen menggunakan rumus slovin dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, dan bila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data". Teknik analisa data yang digunakan adalah dengan uji kuesioner (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas dengan melihat hasil pada *normal probability* plot, uji mulikoleniaritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, dan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S)), analisis regresi berganda dengan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persamaan regresi berganda yaitu $Y = 3{,}767 + 0{,}055X_1 + 0{,}723X_2 + 0{,}159X_3 + 0{,}036X_4 + 1{,}241$ dimana variabel Kesadaran Merk (X1), Persepsi Kualitas (X2), Asosiasi Merk (X3), dan Loyalitas Merk (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan perhitungan uji t diperoleh t_{hitung} yaitu untuk X_1 t_{hitung} (0,448) > t_{Tabel} (0,000926), untuk X_2 t_{hitung} (4,017) > t_{tabel} (0,000926), untuk X_3 t_{hitung} (0,940) > t_{tabel} (0,000926), untuk X_4 t_{hitung} (0,334) > t_{tabel} (0,000926) dengan tingkat signifikansi (α=0,05). Hal ini menandakan bahwa dengan adanya keberadaan elemen-elemen Ekuitas Merk maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian. Selain itu nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,632 yang berarti besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya adalah sebesar 63,2%, artinya 63,2% keberadaan Ekuitas Merk mempengaruhi Keputusan Pembelian dan sisanya sebesar 36,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

MOTTO

“Ilmu Yang Benar Adalah Ilmu Yang Mendekatkan Diri Kepada Allah, Ilmu Yang Menyadarkan Bahwa Diri Si Penunut Ilmu Itu Bodoh, dan Ilmu Yang Bisa Menjawab Bahwa Tidak Ada Permasalahan Di Dunia Ini.”

“Kuncinya ialah Syukur, Sabar, Ikhlas, Husnudzon (KH. Ahmad Zuhdiannor)”

KATA PERSEMBAHAN

Teriring syukur kehadirat Allah swt. saya persembahkan karya tulis sederhana ini kepada:

Abah dan Mama tercinta,
Dan Kakak-kakakku tersayang,

Yang selalu memberikan doa, dan semangat
tiada ternilai besarnya
Terima kasih.

Minta Rela....

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	ta’	T	Te
ث	s\a’	s\	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h}a’	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha’	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	z\al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	ra’	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad}	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a’	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a’	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa’	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi

ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	‘el
م	mim	M	‘em
ن	nun	N	‘en
و	waw	W	We
ه	ha’	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبّر	Ditulis	*Mutakabbir*
القدوس	Ditulis	*al-qudūs*

III. Ta’ *marbutah* di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	*ja>mi’ah*
مكتبة	Ditulis	*Maktabah*

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

b. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	Ditulis	*al-maktabah al-jami>lah*

IV. Vokal pendek

ـَ	Fathah	ditulis	A
ـِ	Kasrah	ditulis	I

ـُـ	Dammah	ditulis	U
شكر	Fathah	ditulis	Syakara
قرأ	Kasrah	ditulis	quri'a
ينطق	Dammah	ditulis	yant}iqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	*a>* *ka>milah*
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	*a>* *s}alla>*
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	*i>* *syadi>d*
4	dammah + wawu mati صدور	ditulis ditulis	*u>* *s}udu>r*

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	Ai *Ruwaidun*
2	fathah + wawu mati وفرعون ذي الأوتاد	ditulis ditulis	Au *wa fir'auna z\i al-auta>d*

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم أشد خلقا	Ditulis	*a'antum asyaddu khalqan*

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	*al-Qur'a>n*
الكتاب	Ditulis	*al-kita>b*

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan di*idgamkan*

الصبح	Ditulis	*as}-s}ubh}u*
الساهرة	Ditulis	*as-sa>hirah*

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	*birru al-wa>lidaini*
إذا الشمس	Ditulis	*Iz\a asy-syamsu*

KATA PENGANTAR

بـسم الله الرّحمن الرّحيـم

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Pengaruh Ekuitas Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Pada Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter", sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbankan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hatu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah mencurahkan rahmatnya yang begitu berlimpah.
2. Baginda Rasulullah Shallallaahu 'Alaihi wa Sallam. yang menjadi panutan seluruh umat di dunia dan akhirat.
3. Para Ulama serta Guru-Guru mulia yang mengajarkan untuk mengenal Allah Subhanu wa Ta'aala dan kasih sayang Sayyidina Muhammad Shallallaahu 'Alaihi wa Sallam.
4. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

5. Rohana Faridah, SE, MM,dan Erissa Nilasari, MP, selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
6. Dra, Faridah, M.H.I selaku Penasehat Akademik sekaligus selaku pembimbing skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat .
8. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
9. Ibu dan Bapakku, yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah kulupakan.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Amin.

Banjarmasin, 17 Oktober 2020

Penulis,

(MUAMMAR FRAMUJA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIASN TULISAN ii

PERSETUJUAN iii

PENGESAHAN iv

ABSTRAK v

MOTTO vii

KATA PERSEMBAHAN viii

PEDOMAN TRANLITERASI ARAB-INDONESIA ix

KATA PENGANTAR xiii

DAFTAR ISI xv

DAFTAR TABEL xvii

DAFTAR GAMBAR xviii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 10
C. Tujuan Penelitian 10
D. Kegunaan Penelitian 11
E. Definisi Operasional 11
F. Kerangka Pemikiran 12
G. Hipotesis Penelitian 14
H. Penelitian Terdahulu 15
I. Sistematika Penulisan 18

BAB II KEBERADAAN EKUITAS MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN 20

A. Ekuitas Merk 20
1. Pengertian Ekuitas Merk 20
2. Elemen-Elemen Ekuitas Merk 22

B. Keputusan Pembelian 31
1. Pengertian Keputusan Pembelian 31
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 32
3. Proses Pengambilan Keputusan 36
C. Dasar Hukum Keputusan Pembelian 40
1. Merk Dalam islam 40
2. Nilai-nilai Merk 41

BAB III METODE PENELITIAN 46

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 46
B. Lokasi Penelitian 46
C. Populasi dan Sampel 47
D. Jenis dan Sumber Data 49
E. Teknik Pengumpulan Data 50
F. Variabel Penelitian 51
G. Teknik Pengolahan dan Analisa Data 52

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA 60
A. Penyajian Data 60
B. Pembahasan 89

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 94
A. Simpulan 94
B. Saran 94

DAFTAR PUSTAKA 96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1..... 2
Tabel 1.2..... 15
Tabel 4.1..... 62
Tabel 4.2..... 63
Tabel 4.3..... 64
Tabel 4.4..... 65
Tabel 4.5..... 66
Tabel 4.6..... 66
Tabel 4.7..... 67
Tabel 4.8..... 69
Tabel 4.9..... 69
Tabel 4.10..... 70
Tabel 4.11..... 71
Tabel 4.12..... 72
Tabel 4.13..... 72
Tabel 4.14..... 75
Tabel 4.15..... 75
Tabel 4.16..... 75
Tabel 4.17..... 75
Tabel 4.18..... 76
Tabel 4.19..... 76
Tabel 4.20..... 78
Tabel 4.21..... 79
Tabel 4.22..... 80
Tabel 4.23..... 82
Tabel 4.24..... 82

Tabel 4.25..... 85
Tabel 4.26..... 86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 13

Gambar 2.1 36

Gambar 4.1 61

Gambar 4.2 77