

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN *BRAND AWARENESS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA  
BEAT  
(Studi Kasus Pada Diler NSS Kota Kefamenanu)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Serjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan  
Bisnis Universitas Timor*



**OLEH**

**ANSELMUS NENO  
41180062**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TIMOR  
KEFAMENANU  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN *BRAND AWARENESS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA  
BEAT**

**(Studi Kasus Pada Diler Honda NSS Kota kefamenanu)**

Diajukan Oleh:


**ANSELMUS NENO**  
**NPM 41180062**

Telah Disetujui Oleh:

**Pembimbing I**

  
**Berno B. Mitang, SE.MM**  
**NIP. 197007262005/01 1 001**

**Pembimbing II**

  
**Sirilius Nafanu, SE.,MM**  
**NIP. 196212312013 05 001**

**Mengetahui**  
**Ketua Program Studi Manajemen**



**Elfrida D. Naihati, SE.,MM**  
**NIP:1988052223 201504 2 002**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN *BRAND AWERENESS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA  
BEAT**

**(Studi Kasus Pada Diler Honda NSS Kota kefamenanu)**

Skripsi Ini telah dipertahankan Dalam Ujian Skripsi Yang dilaksanakan pada :

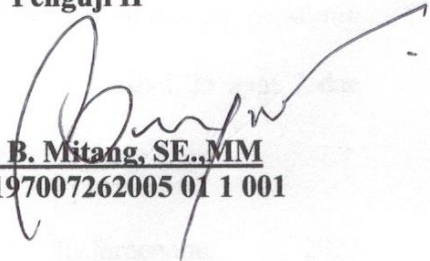
Hari/Tanggal : Rabu, 11 januari 2023  
Jam : 14.00-15.30  
Tempat : Ruangan Feb II  
Nama : Anselmus Neno  
NPM : 41180062  
Dinyatakan Lulus dengan nilai : B  
Predikat kelulusan : Sangat Memuaskan

**Penguji I**



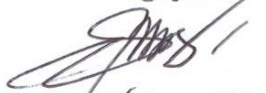
**Dominikus K. Duli, SE.,MM**  
NIP. 195910272013051001

**Penguji II**



**Berno B. Mitang, SE.,MM**  
NIP. 197007262005 01 1 001

**Penguji III**



**Sirilius Nafanu, SE.,MM**  
NIP. 196212312013 05 001

**Mengerahui**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Dr. Kamilaus K. Oki, SE., ME**  
NIP.19690925 200501 1 001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah skripsi dengan judul “Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat”. Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh Gelar sarjana disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh Sarjana Ekonomi (S.E) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70) .

Kefamenanu, 2023

Yang Menyatakan



Anselmus Neno

## **MOTTO**

*Selama ada Niat dan Keyakinan Semua Akan Jadi Mungkin.*

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini, penulis persembahkan dengan kerendahan hati penulis kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Yosep Fahik dan Mama Yasinta Lotu, terimakasih untuk kasih sayang, motivasi, nasihat, serta doa-doa yang tidak pernah putus sampai saat ini.
3. Adik Ika Am'una, Fitri Am'una, Yuni Am'una dan Fira Am'una yang selalu memberikan saya semangat dan memotivasikan saya untuk selalu semangat dan tidak pantang menyerah.
4. Keluarga Besar Makun, dan Am'una.
5. Bapak/ibu dosen yang membimbing, mengajar, mendidik dan mengarahkan dengan sepenuh hati dan tanpa menuntut balas selama kuliah.
6. Keluarga besar program studi manajemen, khususnya manajemen 2018 B yang selalu memberikan semangat berjuang untuk meraih kesuksesan.
7. Almamaterku tercinta Universitas Timor

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diferensiasi Produk dan *Brand Awereness* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Diler Honda NSS Kota Kefamenanu)”**.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak, Berno B. Mitang, SE.,MM Selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak, Sirilius Nafanu, SE.,MM Selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar mengorbankan waktu dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu, Elfrida Desiderata Naihati, SE.,MM Selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan skripsi ini.
4. Bapak, Dr.Kamilaus K. Oki, SE.,ME selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Karyawan-Karyawati Fakultas Ekonomi Dan Bisnis dalam membantu pembuat administrasi demi kelancaran penulisan skripsi ini.

6. Manager dan staf karyawan Diler Nusantara Surya Sakti Kota Kefamenanu yang sudah membantu saya dalam melaksanakan penelitian skripsi saya.
7. Ayah, ibu serta kakak-kakakku yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan motivasi untuk bersemangat dan tak mengenal tak putus asa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu demi satu, yang telah memberikan bantuan baik moril dan maupun materil kepada penulis selama menjalani proses pendidikan hingga pada penulisan skripsi ini.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan didalam penulisan skripsi ini, oleh karenanya penulis senantiasa mengharap kritik dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan dimasa mendatang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca.

Kefamenanu, 2023

**Anselmus Neno**



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
2.1 Keputusan pembelian .....	6
2.2 Penelitian Terdahulu .....	8
2.3 Pengertian <i>Brand Awereness</i> .....	9
2.4 Diferensiasi Produk .....	13
2.5 Hubungan Teoritis Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis .....	19
2.6 Kerangka Pikir .....	22
2.7 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	25
3.2 Populasi dan Sampel .....	25
3.3 Data dan Variabel Penelitian .....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.5 Uji Instrumen Penelitian .....	28
3.6 Uji Asumsi Klasik .....	30

3.7 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	32
3.8 Teknik Analisis Data .....	34
3.9 Teknik Uji Hipotesis .....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Gambaran umum tempat penelitian .....	37
4.2 Karakteristik Responden .....	40
4.3 Hasil Uji Instrumen .....	41
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	44
4.5 Hasil Analisis Data .....	51
4.6 Pembahasan .....	64
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>73</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

2.1 Piramida Kesadaran Merek .....	10
2.2 Kerangka Pikir .....	23
4.1 Uji Heteroskedastisitas .....	48
4.3 Uji multikoloniritas .....	49

## DAFTAR TABEL

1.1 Data Penjualan .....	2
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Definisi Konsep Dan Skala Pengukuran .....	24
4.1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	40
4.2 Deskripsi Responden Menurut Umur .....	41
4.3 Hasil Uji Validitas .....	42
4.4 Hasil Reliabilitas.....	43
4.5 One Sample Kolmogrof Smirnov .....	45
4.6 Hasil Uji Multikolinearitas .....	47
4.7 Hasil Uji Autokorelasi .....	46
4.8 Durbin Watson test bound .....	47
4.9 Pengaruh Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Diferensiasi Produk.....	51
4.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Brand Awereness.....	53
4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Keputusan Pembelian.....	54
4.13 Regresi Sederhana Pengaruh Variabel X1 Dan Y .....	56
4.14 Regresi Sederhana Pengaruh Variabel X2 Dan Y .....	58
4.15 Regresi Sederhana Pengaruh Variabel X1,X2 Dan Y .....	60

## ABSTRAK

**Anselmus Neno 41180062:** Pengaruh Diferensiasi Produk Dan *Brand Awereness* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. Studi Kasus Pada Diler Nusantara Surya Sakti Kota Kefamenanu. Dibawah bimbingan bapak Berno B. Mitang, SE.,MM selaku pembimbing 1 dan Bapak Sirilius Nafanu, SE.,MM Selaku Pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan antara variabel Diferensiasi Produk (X1) dan *Brand Awereness* (X2) terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Beat. Data yang digunakan dalam Penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari Koesioner yang dibagikan kepada pelanggan diler NSS Kota Kefamenanu. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS 16.0 dengan hasil analisis sebagai berikut: Diferensiasi Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian(Y). Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung (1,966) dengan tingkat signifikansi ( $0,053 < 0,05$ ) Brand Awereness (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan bahwa dari nilai t hitung (2,509) dengan tingkat signifikansi ( $0,014 < 0,05$ ).

Secara simultan variabel Diferensiasi produk (X1) dan Brand Awereness (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) hal ini dibuktikan dari nilai F hitung lebih besar F tabel ( $3,327 > 3,13$ ) Maka disimpulkan bahwa simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Diferensiasi produk dan brand awereness terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikan  $0,041 > 0,05$ .

**Kata kunci:** *Diferensiasi Produk, Brand Awereness dan Keputusan Pembelian*