

PENGARUH *LIFESTYLE*, STRATEGI PEMASARAN, DAN *BRAND AWARENESS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA  
(STUDI KASUS di CV. HARIS MOTOR PAINAN)

SKRIPSI



Oleh :  
**SINTA RAMADANI**  
2010070530043

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH  
PADANG  
2024**

**UNIVERSITAS BAITURRAHMAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Skripsi, Februari 2024

**Sinta Ramadani**

**Pengaruh *Lifestyle*, Strategi Pemasaran, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus CV Haris Painan)**

**vi + 95 halaman + 30 tabel + 5 gambar + 15 lampiran**

**ABSTRAK**

*Lifestyle*, strategi pemasaran, dan *brand awareness* merupakan faktor penting bagi konsumen dalam membeli suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Lifestyle*, strategi pemasaran, dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian sepeda motor di PT Indomobil Cabang Painan. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen CV Haris Motor Painan yang pernah membeli sepeda motor Honda. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 83 orang responden.

Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan *skala likert*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial *lifestyle* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai T hitung sebesar  $7,036 > T$  tabel  $1,663$  dan nilai signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$  sehingga hipotesis H1 dapat diterima. Strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai T hitung  $4,580 > T$  tabel  $1,663$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga hipotesis H2 dapat diterima. *Brand awareness* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dimana nilai T hitung  $-3,000 > T$  tabel  $1,663$  dan signifikan sebesar  $0,004 < 0,05$  sehingga hipotesis H3 ditolak.

*Lifestyle*, strategi pemasaran, dan *brand awareness* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian nilai F hitung  $58,450 > F$  tabel  $2,48$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga hipotesis H4 dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan *Lifestyle* (X1), Strategi Pemasaran (X2), dan *Brand Awareness* (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai koefisien determinasi yang tertulis R Square sebesar  $0,689$ , dapat dijelaskan bahwa besarnya proporsi pengaruh *Lifestyle*, strategi pemasaran, dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar  $68,9\%$  sedangkan sisanya yaitu  $31,1\%$  dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Keputusan Pembelian, *Lifestyle*, Strategi Pemasaran, dan *Brand Awareness***

**Daftar Bacaan : 28 (2019-2023)**

## PERNYATAAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : *Pengaruh Lifestyle, Strategi Pemasaran, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus di CV. Haris Motor Painan)*

Nama : Sinta Ramadani  
NPM : 2010070530043  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah diperiksa, disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam Ujian Komprehensif Pada Tanggal 03 Mei 2024.

### KOMISI PEMBIMBING

**Pembimbing I**



**Dr. Edi Suandi, MM**  
NIDN:2101127702

**Pembimbing II**

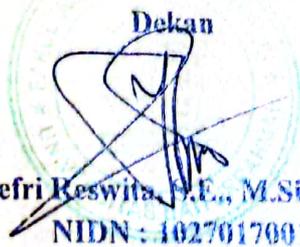


**Harry Wahyudi, S.E., M.Si**  
NIDN: 1007046401

**Pengesahan**

**Universitas Baiturrahmah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Dekan**



**Yefri Keswita, N.E., M.Si., Akt.**  
NIDN : 1027017001

## PERNYATAAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Lifestyle*, Strategi Pemasaran, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus di CV. Haris Motor Painan)  
Nama : Sinta Ramadani  
NPM : 2010070530043  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah diperiksa, disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam Ujian Komprehensif Pada Tanggal 03 Mei 2024.

### KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing I



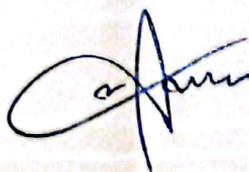
**Dr. Edi Suandi, MM**  
NIDN: 2101127702

Pembimbing II



**Harry Wahyudi, S.E., M.Si**  
NIDN: 1007046401

Ketua Program Studi Manajemen



**Rina Febriani, S.E., M.Si**  
NIDN : 1008028401

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sinta Ramadani

NPM : 2010070530043

Program Studi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Peminatan : Manajemen

Jenjang : Strata 1

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul : Pengaruh *Lifestyle*, Strategi Pemasaran, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus di CV. Haris Motor Painan).

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

