



**PENGARUH EKUITAS MERK, KUALITAS
PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL BEKAS DI SHOWROOM BERKAH
MOBIL MEDONO PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

MOH. ZAENI FUAD

NIM. 2013115220

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**PENGARUH EKUITAS MERK, KUALITAS
PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL BEKAS DI SHOWROOM BERKAH
MOBIL MEDONO PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

MOH. ZAENI FUAD

NIM. 2013115220

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

2020



**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Moh. Zaeni Fuad**

NIM : **2013115220**

Judul Skripsi : **Pengaruh Ekuitas Merk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas Di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan**

menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 4 September 2020

Yang Menyatakan



MOH. ZAENI FUAD
NIM. 2013115220

NOTA PEMBIMBING

Agus Fakhrina, M.S.I

Perum Graha Tirto Asri Jl. Seroja II Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Moh. Zaeni Fuad

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah

di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudari:

Nama : **Moh. Zaeni Fuad**

NIM : **2013115220**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Jurusan : **Ekonomi Syari'ah**

Judul : **PENGARUH EKUITAS MERK, KUALITAS PRODUK**

DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

MOBIL BEKAS DI SHOWROOM BERKAH MOBIL

MEDONO PEKALONGAN

dengan ini mohon agar Skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

Pekalongan, 09 November 2020

Pembimbing,


Agus Fakhrina, M.S.I

NIP. 19770123 200312 1 001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan Kajen Pekalongan, Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **MOH. ZAENI FUAD**


NIM : **2013115220**

Judul Skripsi : **PENGARUH EKUITAS MERK, KUALITAS
PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL BEKAS DI SHOWROOM
BERKAH MOBIL MEDONO PEKALONGAN**


telah diujikan pada hari Jumat tanggal 20 November 2020 dan dinyatakan
LULUS serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I


Kariya Damaras, S.T., M.M.
NIP. 19730318 200501 2 002

Penguji II



Nur Fani Arisnawati, MM.
NITK. 19180119 201608 D2 112

Pekalongan, 20 November 2020

Disahkan oleh

Dekan




Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001





PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa		es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha		ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	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	sad		es (dengan titik di bawah)
ض	dad		de (dengan titik di bawah)
ط	Ta		te (dengan titik di bawah)
ظ	za		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	wau	W	We
هـ	ha	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
= a		=
= i	= ai	=
= u	= au	=

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرآة جميلة

ditulis

mar'atun jam lah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة

ditulis

f timah

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا

ditulis

rabbān

البر

ditulis

al-birr

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.



Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jal l</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/.

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah Allah SWT yang telah memberikan kesempatan-kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Maskur dan Ibu Durotulyatimah orang yang paling berjasa dalam hidup saya yang sangat saya sayangi dan cintai, terimakasih atas curahan kasih sayangmu, pengorbanan besarmu, dan perhatianmu, semoga ini bisa sedikit membahagiakan kalian.
2. Kedua adik saya Iin Febrianti dan Hafid yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama saya menyelesaikan skripsi ini.
3. Istri saya Nilam Cahya Negari yang senantiasa mendampingi dengan memberikan dukungan serta kasih sayang yang tiada hentinya.
4. Sahabat saya BOSH GENK yang selalu *mensupport* saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan EKOS Regular pagi angkatan 2015 terimakasih atas semua kenangan yang menyenangkan.
6. Dan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan mendoakan yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu.





MOTTO

"La Tahla"

(Hei, Jangan Mengeluh!)

Allah tidak akan membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya

(Q.S. Al. Baqarah ayat 286)



ABSTRAK

Saat ini mobil tidak hanya sekedar alat transportasi tetapi telah bergeser menjadi gaya hidup. Harga baru yang cenderung semakin mahal mendorong pergeseran minat beli konsumen ke mobil bekas. Bisnis jual beli kendaraan bekas di tanah air tahun ini diyakini akan memiliki prospek yang positif, ditengah membanjirnya sejumlah merek otomotif baru di pasar tanah air. Pengambilan keputusan pembelian juga dipengaruhi beberapa faktor seperti ekuitas merk dan kualitas produk. Selain itu pengambilan keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh harga. Untuk mencapai sebuah keputusan dalam pembelian mobil bekas diperlukan pertimbangan seperti ekuitas merk, kualitas produk, dan harga. Tujuan dari penelitian ini ialah menganalisis dan mengetahui pengaruh ekuitas merk terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan; menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan; menganalisis dan mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan; serta menganalisis dan mengetahui pengaruh simultan faktor ekuitas merk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan.

Sampel penelitian ini adalah 35 responden pembeli mobil bekas di showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *accidental sampling* dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan uji instrumen data dan uji data. Analisis data menggunakan uji analisis regresi linier berganda.

Secara parsial, ekuitas merk (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (Y) mobil bekas di showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan dengan t hitung $3,107 > t$ tabel $1,696$. Kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (Y) mobil bekas di showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan dengan t hitung $3,746 > t$ tabel $1,696$. Sedangkan harga (X3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (Y) mobil bekas di showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan dengan t hitung $3,607 > t$ tabel $1,696$. Dan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif variabel bebas yaitu ekuitas merk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian mobil bekas di showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan dengan f hitung $21,090 > f$ tabel $2,91$. Serta nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,639$ atau $63,9\%$ dan sisanya sebesar $36,1\%$ dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Ekuitas Merk, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas Di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan”** dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ditemui beberapa kesulitan, namun berkat bantuan motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, tidak berlebihan apabila dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M., selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
5. Bapak Dr. Maghfur, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak Agus Fakhrina, M.S.I., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, nasihat, dan dukungannya.
7. Pemilik dan pelanggan Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan, yang telah meluangkan waktu, dan memberikan ijin serta informasi bagi peneliti.
8. Semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala bentuk bantuan baik moril maupun materil

Penulis menyadari bahwa baik dalam penyajian, pemilihan kata-kata, dan pembahasan materi, skripsi ini masih jauh dari sempurna yang disebabkan oleh kekurangan dan keterbatasan dari pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh karena





itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahannya yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis hanya bisa berharap semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, yang secara khusus dapat memberikan manfaat kepada penulis, dan dapat memberikan manfaat kepada pembaca pada umumnya.

Pekalongan, 4 September 2020

Penulis,

Moh. Zaeni Fuad

NIM. 2013115220



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II PENDAHULUAN	
A. Landasan Teori	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Ekuitas Merek	15
3. Kualitas Produk	18
4. Harga	20
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Berfikir	32



D. Hipotesis.....	36
-------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
B. Sumber Data.....	38
C. <i>Setting</i> Penelitian.....	38
D. Variabel Penelitian.....	38
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	41
F. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	43
1. Intrumen Penelitian.....	43
2. Teknik Pengumpulan Data.....	43
G. Analisis Data.....	45
1. Uji Instrumen.....	45
a. Uji Validitas.....	45
b. Uji Reliabilitas.....	46
2. Uji Data.....	47
a. Uji Asumsi Klasik.....	47
1) Uji Normalitas.....	47
2) Uji Linieritas.....	47
3) Uji Multikolinieritas.....	47
4) Uji Heteroskedastisitas.....	48
b. Regresi Berganda.....	48
1) Uji Persamaan.....	48
2) Uji Kelayakan Model.....	49
a) Uji Statistik t.....	49
b) Uji Statistik f.....	49
c) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Deskripsi Data.....	53
B. Analisis Data.....	56
1. Uji Instrumen.....	56
a. Uji Validitas.....	56
b. Uji Reliabilitas.....	58
2. Uji Data.....	57
a. Uji Asumsi Klasik.....	57
1) Uji Normalitas.....	57
2) Uji Linieritas.....	59
3) Uji Multikolinieritas.....	60
4) Uji Heteroskedastisitas.....	61
b. Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
1) Uji Persamaan.....	62
2) Uji Kelayakan Model.....	64
a) Uji Statistik t.....	64
b) Uji Statistik f.....	66
c) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
C. Pembahasan.....	68
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Volume Penjualan.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	39
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	43
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis kelamin	52
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.7	Hasil Uji Linieritas.....	60
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser).....	61
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4.11	Hasil Uji Uji Statistik t.....	65
Tabel 4.12	Hasil Uji Uji F.....	66
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen	14
Gambar 2.2	Kerangka Berfikir	32
Gambar 4.1	Grafik <i>Histogram</i>	57
Gambar 4.2	<i>Normal Probability Plot</i>	58
Gambar 4.3	Grafik <i>Scatter Plot</i>	62





DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Kuesioner
- Lampiran 2 Data Karakteristik Responden
- Lampiran 3 Data Mentah Penelitian
- Lampiran 4 Rumus, Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 7 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 8 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 9 Dokumentasi
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai wujud dari target guna memenuhi pertumbuhan industri sebesar 5,67% pada tahun 2018 industri otomotif mendapatkan prediksi dapat melaju dan bahkan sebagai tumpuan pemerintah bersama dengan sektor industri makanan dan minuman, kimia farmasi, serta elektronik. Bersumber pada informasi dari GAIKINDO (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia), pada tahun 2017 dapat diperhitungkan untuk penjualan mobil tidak memiliki perbedaan jauh dengan penjualan ditahun sebelumnya yaitu 2016 sekitar 1,05 juta sampai dengan 1,06 juta. Pada tahun 2016 menunjukkan tingkat penjualan mengalami kenaikan sebesar 4,5% dari tahun 2015. Untuk penjualan mobil tahun 2019 pemerintah memiliki target masih sama dengan tahun 2018 yaitu sekitar 1,1 juta sampai dengan 1,2 juta unit.¹ Pertumbuhan ekonomi memiliki sasaran pada kisaran 5,3%, dimana pengusaha masih memiliki harapan membaiknya kondisi ekonomi. Sekitar 87 kendaraan per 1.000 penduduk dapat diartikan bahwa besaran kepemilikan kendaraan di Indonesia masih rendah, hal ini merupakan masih besarnya potensi kepemilikan kendaraan.²

Pada era modern sekarang ini, mobil bukan hanya untuk alat transportasi saja akan tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Dengan harga mobil baru yang dinilai semakin mahal mengakibatkan pergeseran minat beli konsumen ke

¹ Airlangga Hartarto, *Sektor Otomotif Berpeluang Melaju*, <https://www.gaikindo.or.id>, 2018.

² Ekarina, *Prospek Bisnis Otomotif 2019: Potensi Besar, Volume Penjualan Stagnan*, <http://katadata.co.id>, 2019.

mobil bekas. Pada saat meluapnya beberapa merek otomotif baru yang muncul di pasaran membuat bisnis jual beli untuk kendaraan bekas diyakini akan memiliki prospek yang positif. Parameter pengukuran tersebut terlihat akibat banyaknya masyarakat yang secara online mencari informasi mengenai kendaraan bekas. Sekarang ini untuk bisnis jual beli mobil bekas belum memiliki lembaga semacam Gaikindo, padahal lembaga tersebut memiliki peran penting untuk memberikan pelayanan berupa pemberian informasi ataupun data yang akurat untuk masyarakat ataupun pebisnis mobil bekas.³

Peningkatan adanya showroom mobil bekas dan lembaga pembiayaan yang melayani pembelian mobil bekas menunjukkan adanya perkembangan dalam dunia bisnis otomotif mobil bekas. Meningkatnya jumlah penjualan mobil yang pesat mengakibatkan persaingan akan bisnis semakin ketat. Hal ini juga terjadi pada dealer atau showroom yang khusus melayani jual beli mobil bekas, dimana meningkatnya permintaan akan jenis mobil yang beragam membuat dealer harus mampu memenuhi apapun kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perilaku konsumen untuk menentukan pilihan terhadap barang atau jasa yang akan dibeli merupakan bentuk pengambilan keputusan. Suatu perbuatan yang langsung terkait dalam mendapatkan, mengkonsumsi, menghabiskan atau menikmati barang atau jasa dan termasuk menentukan keputusan ialah maksud dari perilaku konsumen.⁴ Model perilaku konsumen yang disebutkan oleh Kotler terdapat faktor-faktor hubungan dari pemasaran seperti produk, harga, dan

³ Etrisno, *Kiat Membidik Pasar Mobil Bekas*, <https://www.republika.co.id>, 2018.

⁴ Setiadi, *Perilaku Konsumen* Edisi Revisi (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2018), hlm. 2.





promosi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.⁵ Selain itu faktor ekuitas merek dan kualitas produk juga dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian.⁶

Merek berupa nilai berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*) dimana merek dagang (*trademark*) menjadi wakil guna terciptanya nilai dan pengaruh dalam pasar jika adanya pengaturan yang tepat.⁷ Ekuitas merek merupakan cerminan dari loyalitas terhadap merek. Fasilitas yang diberikan oleh ekuitas merek berbentuk penerimaan dari barang baru, nilai yang dirasakan terdapat peningkatan, kualitas yang dirasakan, dan pilihan harga berkualitas.⁸ Widiartha (2015) dalam hasil penelitiannya menyebutkan bahwa ekuitas merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada zIphone di Denpasar.⁹

Selain ekuitas merek, komponen selanjutnya yang memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan konsumen ialah harga. Prosedur dalam menetapkan harga ialah suatu hal yang penting. Harga merupakan faktor utama penentuan posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, buaran ragam, produk, pelayanan serta persaingan.¹⁰ Pada konsep Islam harga memiliki peran pada konsumen, karena harga menjadi satu-satunya pertimbangan untuk membeli produk namun ada juga yang tidak. Selain itu seringkali pandangan

⁵ Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 50.

⁶ Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 94.

⁷ Durianto, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Merek dan Perilaku Merek*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 1.

⁸ Sumiati, Rosita, dan Yulianti, *Brand dalam Implikasi Bisnis*, (Malang: UB Press, 2016), hlm.13.

⁹ Widhiarta, *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Denpasar*, Jurnal Manajemen (Denpasar: Universitas Udayana, 2015).

¹⁰ Wijaya, *Lifestyle Marketing*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 78.

konsumen akan barang dipengaruhi oleh harga. Seperti halnya dalam beberapa kejadian barang yang memiliki harga mahal dianggap menggambarkan tingginya kualitas terutama pada kriteria *specially product*. Orang Islam enggan untuk menerima harga pasar sebagai jalan menuju kesejahteraan sosial membuat fungsi dari fleksibilitas harga kebutuhan dan persediaan menurut adat dan kebiasaan menjadi terbatas.¹¹ Kurniawan (2014) dalam penelitiannya menghasilkan adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.¹²

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian ialah kualitas produk. Ujung tombak terciptanya kepuasan pelanggan yang utama merupakan kualitas produk dari barang atau jasa. Kualitas produk merupakan sebuah dimensi global yang terdiri dari *performance, durability, feature, reliability, consistency* dan *design*.¹³ Konsumen atau pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi menandakan bahwa barang yang digunakan berkualitas.¹⁴ Konsumen menjadikan harga sebagai indikator dari kualitas atas suatu produk. Jika harga mahal maka semestinya kualitas produk tersebut baik, sebaliknya jika harga murah kualitas dipersepsikan buruk.¹⁵ Hasil penelitian Nurdiansyah

¹¹ Supriadi, *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gupedia Publisher, 2018), hlm. 26.

¹² Kurniawan, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus pada Konsumen di Dealer Istana Motor II Lampung Tengah)*, (Lampung: Universitas Lampung, 2014).

¹³ Sitinjak dkk, *Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Superior Custome Value*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm.7

¹⁴ Irawan, *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2003), hlm. 22.

¹⁵ Rahman, *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*, (Jakarta: Transmedia, 2014), hlm. 76.

(2017) menyebutkan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.¹⁶

Sekarang ini sudah banyak peminat untuk pembelian mobil bekas. Dengan menerapkan beberapa kriteria agar memperoleh mobil bekas dengan mendapatkan kualitas produknya yang masih bagus dan terawat serta harga yang terjangkau. Selain itu ketersediaan merek-merek tertentu yang banyak disukai atau laku dipasaran juga sebagai bahan pertimbangan pembeli untuk memutuskan pembelian pada mobil bekas. Di Kota pekalongan sudah banyak showroom yang menjual mobil bekas. Salah satu diantaranya ialah Showroom Berkah Mobil Medono yang secara khusus menjual mobil bekas. Mobil yang dijual mulai dari mobil pribadi sampai dengan mobil untuk usaha berupa pick up. Berikut ini menyajikan data pembelian jumlah mobil selama tiga tahun.

Tabel 1.1
Daftar Volume Penjualan

No.	Jenis Kain	Jumlah yang dibeli (per unit)		
		2017	2018	2019
1.	Pick Up	66	73	96
2.	Mobil Pribadi	24	44	52
Total		90	117	148

Sumber data laporan pembukuan Showroom Berkah Mobil Medono

Dari data tersebut di atas dapat diketahui bahwa pembelian mobil bekas di showroom Berkah Mobil Medono setiap tahunnya dari tahun 2017-2019 mengalami kenaikan yang signifikan. Pada tahun 2018 untuk pembelian pada mobil bekas (pick up dan mobil pribadi) mengalami kenaikan sebesar 9,18%

¹⁶ Nurdiansyah, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olah Raga Merk Adidas di Bandar Lampung*, Skripsi (Lampung: Universitas Lampung, 2017).





yang mengartikan bahwa pada tahun 2017 sampai 2018 terdapat kenaikan jumlah pembeli yang melakukan pembelian mobil bekas di showroom Berkah Mobil Medono sebesar 9,18% atau dari jumlah 90 unit mobil bekas pada tahun 2017 menjadi 117 unit mobil bekas pada tahun 2018 yang terjual. Sedangkan pada tahun 2019 terjadi kenaikan yang lebih tinggi dari sebelumnya yaitu 11,7%. Yang mengartikan bahwa pada tahun 2018 sampai 2019 pembeli yang melakukan pembelian mobil bekas di showroom Berkah Mobil Medono lebih banyak 11,7% dari yang semula pada tahun 2018 jumlah kain jeans yang dibeli sebanyak 117 unit mobil bekas yang terjual bertambah menjadi 148 unit mobil bekas yang terjual ditahun 2019.

Pada data diatas terlihat bahwa untuk mobil bekas jenis pick up lebih banyak yang terjual dibandingkan dengan mobil pribadi, dikarenakan mobil pick up biasanya digunakan untuk melakukan usaha guna mengantarkan barang atau mengambil barang. Banyaknya pengusaha lebih memilih mobil bekas dikarenakan harganya yang terbilang lebih murah dibandingkan dengan membeli yang baru terlebih keadaan mobil yang terawat sehingga walaupun mobil bekas tetapi masih memiliki kondisi baik dari mesin maupun bodi mobil.

Setelah melakukan penjabaran pada latar belakang, penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penulisan skripsi dengan mengambil judul **“Pengaruh Ekuitas Merk, Kualitas Produk, dan harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan.”**

B. Rumusan Masalah

Setelah adanya penjelasan mengenai latar belakang, selanjutnya penulis membuat rumusan masalah guna menemukan jawaban atas penelitian ini. Berikut rumusan masalah antara lain :

1. Apakah ekuitas merek mempengaruhi keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan?
3. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan?
4. Apakah ekuitas merek, kualitas produk, dan harga secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Setelah adanya rumusan masalah dalam penelitian, selanjutnya diketahui tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis dan mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan.
2. Menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan.
3. Menganalisis dan mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan.



4. Menganalisis dan mengetahui pengaruh simultan faktor ekuitas merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari skripsi ini diharapkan mampu memberikan penjelasan informasi dan menambah ilmu pengetahuan tentang faktor-faktor seperti ekuitas merek, kualitas produk dan harga yang memiliki hubungan serta dapat mempengaruhi keputusan dalam melakukan pembelian mobil bekas.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemilik Showroom Mobil

Sebagai bahan masukan kepada pemilik showroom mobil supaya dapat mengembangkan usaha perdagangan mobil bekas perlu mengedepankan beberapa faktor yang ada dalam penelitian.

b. Bagi Praktisi Otomotif

Memberikan informasi sebagai bahan referensi dalam menerapkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam membeli mobil bekas sehingga dapat meningkatkan kinerja praktisi otomotif dalam meningkatkan jumlah penjualan.

E. Sistematika Penulisan

Dalam membahas dan menganalisa tentang Pengaruh Ekuitas Merk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas di Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan, maka agar skripsi ini dapat

tersusun dengan baik, sistematis serta mudah dipahami, maka penulis menggunakan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

- BAB I : Pada bagian ini menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.
- BAB II : Dalam bab ini menguraikan kerangka teori yang meliputi landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berfikir serta hipotesis.
- BAB III : Menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam penulisan proposal ini meliputi : jenis dan pendekatan penelitian, *setting* penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, instrumen dan teknik pengumpulan data penelitian, dan analisis data.
- BAB IV : Menguraikan analisis data dan pembahasan yang meliputi penyajian data, analisis data dan pembahasan.
- BAB V : Merupakan penutup yang berisi kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahsan dan saran-saran yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengujian secara statistik membuktikan bahwa variabel ekuitas merk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil bekas di showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan. Dilihat dari hasil perhitungan mendapatkan nilai t hitung $3,107 > t$ tabel $1,696$ dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$, maka H_{01} di tolak dan H_{a1} diterima.
2. Pengujian secara statistik membuktikan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil bekas di showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan. Dilihat dari hasil perhitungan mendapatkan nilai t hitung $3,746 > t$ tabel $1,696$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, maka H_{02} di tolak dan H_{a2} diterima.
3. Pengujian secara statistik membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil bekas di showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan. Dilihat dari hasil perhitungan mendapatkan nilai t hitung $3,607 > t$ tabel $1,696$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, maka H_{03} di tolak dan H_{a3} diterima.
4. Secara simultan atau bersama-sama variabel ekuitas merk, kualitas produk, dan harga terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian mobil bekas di

showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $21,090 > F$ tabel $2,91$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pemilik showroom disarankan untuk lebih memperhatikan masalah ekuitas merk yang sedang dicari dan diinginkan konsumen, kualitas produk yang baik dan layak untuk dapat menarik konsumen, serta harga yang terjangkau dan dapat bersaing dengan showroom lainnya. Hal tersebut dapat menarik konsumen untuk memutuskan membeli produk ditempat tersebut karena sesuai dengan harapan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas pelayanan, promosi, dan lain sebagainya, sehingga diharapkan dapat memperluas cakupan penelitian, serta menambah jumlah sampel penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Algifari. 2013. *Analisis Regresi (Teori, Kasus dan Solusi)*, Cet. Ke-4. Yogyakarta: BPFPE.
- Ambadar, Abidin & Isa. 2007. *Mengelola Merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Arikunto. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bilson Simamora. 2008. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cannon, Perrcault & Mc Carthy. 2008. *Pemasaran Dasar-Pendekatan Manajemen Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Durianto. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Merek dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gujarati. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Hermawan. 2008. *Penelitian Bisnis*. Jakarta: Grasindo.
- Husain Umar. 2005. *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Husein Umar. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press.
- Imam Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19, Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan. 2003. *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICOSA*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler & Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Amstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Morrison. 2015. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia.



- Muhammad Fauzi. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*. Semarang: Walisongo Press.
- Rahman. 2014. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Jakarta: Transmedia.
- Rangkuti. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti. 2013. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso. 2010. *Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Setiadi. 2018. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2018.
- Sitinjak dkk. 2014. *Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Superior Custome Value*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soegoto. 2010. *Enterpreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sofyan Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiati, Rosita, dan Yulianti. 2016. *Brand dalam Implikasi Bisnis*. Malang: UB Press.
- Supriadi. 2018. *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Gupedia Publisher.
- Susanto & Wijarnako. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika.
- Tjiptono. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*, Cetakan Keempat Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono. 2012. *Pemasaran Strategik*, Edisi 2. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wijaya. 2013. *Lifestyle Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.



Wiratna Sujarweni. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta : P.T Pustaka Baru Press.

Yusanto. 2012. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.

Yusuf Nalim dan Salafudin. 2012. *Statistika Deskriptif*. Pekalongan: STAIN Pekalongan Press.

B. Jurnal/Skripsi

Endru K. Tundoong & Sylvia L. Mandey, *Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Hilux Pada Pt. Hasjrat Abadi Cabang Kotamobagu*, Jurnal EMBA Vol. 2 No. 2 Juni 2014, (Manado: Universitas Sam Ratulangi)

Muhammad Mabur Taufik, *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Layanan, Promo Berhadiah, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza Di Showroom Auto 2000 (Periode Maret - Agustus 2014)*, Skripsi (Jakarta: Universitas Budi Luhur, 2015).

Kurniawan, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus pada Konsumen di Dealer Istana Motor II Lampung Tengah)*, (Lampung: Universitas Lampung, 2014).

Nurdiansyah, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olah Raga Merk Adidas di Bandar Lampung*, Skripsi (Lampung: Universitas Lampung, 2017).

Ryanto Hariandy Wangean & Sylvia L. Mandey, *Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil All New Kia Rio Di Kota Manado*, Jurnal EMBA Vol. 2 No. 3 September 2014, (Manado: Universitas Sam Ratulangi).

Widhiarta, *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Denpasar*, Jurnal Manajemen (Denpasar: Universitas Udayana, 2015).

Yuniar Silvia Silaen, *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Kia Picanto (Studi Pada Konsumen Kia Picanto Di Dealer Kia Mobil Dinamika Semarang)*, Jurnal (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015).



Muslichah Erma Widiana & Endah Rusmawati, *Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk Dan Penjualan Perorangan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maspion Di Desa Seruni Gedangan Sidoarjo*, Jurnal Manajemen Kinerja 2014, (Surabaya: UBHARA)

Teuku M. Noval, Agus S. Soegoto & Imelda W.J. Ogi, *Pengaruh Ekuitas Merek Dan Strategi Penetapan Harga Terhadap Nilai Pelanggan Boulevard D'coffee Aceh*, Jurnal EMBA Vol. 6 No. 4 September 2018 (Manado: Universitas Sam Ratulangi).

C. Internet

Airlangga Hartarto, *Sektor Otomotif Berpeluang Melaju*, <https://www.gaikindo.or.id>, 2018.

Ekarina, *Prospek Bisnis Otomotif 2019: Potensi Besar, Volume Penjualan Stagnan*, <http://katadata.co.id>, 2019.

Etrisno, *Kiat Membidik Pasar Mobil Bekas*, <https://www.republika.co.id>, 2018.

Lampiran 2

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	No	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Laki-laki	20-30 tahun	PNS	19	Laki-laki	41-50 tahun	Wiraswasta
2	Laki-laki	41-50 tahun	Wiraswasta	20	Laki-laki	> 50 tahun	Karyawan
3	Laki-laki	31-40 tahun	Karyawan	21	Perempuan	31-40 tahun	Lainnya
4	Perempuan	41-50 tahun	Karyawan	22	Laki-laki	41-50 tahun	Karyawan
5	Perempuan	20-30 tahun	PNS	23	Laki-laki	> 50 tahun	PNS
6	Laki-laki	> 50 tahun	Karyawan	24	Perempuan	31-40 tahun	Wiraswasta
7	Laki-laki	31-40 tahun	Wiraswasta	25	Laki-laki	> 50 tahun	PNS
8	Laki-laki	41-50 tahun	PNS	26	Laki-laki	31-40 tahun	Wiraswasta
9	Perempuan	20-30 tahun	Karyawan	27	Perempuan	41-50 tahun	PNS
10	Laki-laki	41-50 tahun	PNS	28	Laki-laki	> 50 tahun	Wiraswasta
11	Laki-laki	31-40 tahun	Wiraswasta	29	Laki-laki	31-40 tahun	Lainnya
12	Perempuan	> 50 tahun	Wiraswasta	30	Laki-laki	41-50 tahun	PNS
13	Laki-laki	20-30 tahun	Karyawan	31	Perempuan	> 50 tahun	Karyawan
14	Laki-laki	31-40 tahun	Wiraswasta	32	Laki-laki	31-40 tahun	Lainnya
15	Perempuan	41-50 tahun	Wiraswasta	33	Laki-laki	41-50 tahun	PNS
16	Laki-laki	41-50 tahun	Karyawan	34	Perempuan	> 50 tahun	Wiraswasta
17	Laki-laki	31-40 tahun	Lainnya	35	Laki-laki	41-50 tahun	Karyawan
18	Perempuan	> 50 tahun	PNS				





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : B.0730/In.30/F.IV/TT.00/11/2020
Lamp : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

16 November 2020

Kepada Yth,
Bapak Muhammad Rizqon Pengelola Showroom Berkah Mobil Medono Pekalongan

di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Moh Zaeni Fuad

NIM : 2013115220

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: **"PENGARUH EKUITAS MERK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS DI SHOWROOM BERKAH MOBIL MEDONO PEKALONGAN"**.

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Shinta Dewi Rismawati

VISI FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM :
Menjadi Fakultas terkemuka dan kompetitif dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berwawasan keindonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2036

VISI JURUSAN EKONOMI SYARIAH :
Menjadi Jurusan yang terkemuka dan kompetitif dalam menghasilkan profesional dan entrepreneur di bidang ekonomi syariah berwawasan ke-Indonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2036



SURAT KETERANGAN

Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini :

Nama : Muhammad Rizqon
Jabatan : Pemilik Usaha
Alamat : Jl. Karya Bhakti Medono Pekalongan


Dengan ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Moh. Zaeni Fuad
Nim : 2013115220
fakultas : Ekonomi dan bisnis islam

Adalah benar bahwa mahasiswa tersebut telah melakukan penelitian di showroom berkah mobil medono pekalongan.

Pekalongan, 14 November 2020

Pemilik Usaha


Muhammad Rizqon





Lampiran 9

DOKUMENTASI

Lokasi Penelitian : Showroom Berkah Mobil Medono







DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Data Pribadi

1. Nama : Moh Zaeni Fuad
2. NIM : 2013115220
3. Tempat dan Tanggal Lahir : Pekalongan, 24 Juli 1997
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Agama : Islam
6. Warga Negara : Indonesia
7. Alamat Lengkap : Dk. Tambakboyo Rt/Rw 001/001 Ds. Kalirejo Kecamatan Talun Kabupaten Pekalongan
8. e-mail : yanprasetya16@gmail.com

II. Riwayat Pendidikan Formal :

1. SDN 01 Kalirejo : Tahun Lulus 2009
2. Mts Syahid Doro : Tahun Lulus 2011
3. SMA N 01 Talun : Tahun Lulus 2014
4. IAIN PEKALONGAN : Tahun Lulus 2020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MOH ZAENI FUAD
NIM : 2013115220
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
E-mail address : yanprasetya16@gmail.com
No. Hp : 082324234976

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

"PENGARUH EKUITAS MERK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS DI SHOWROOM BERKAH MOBIL MEDONO PEKALONGAN"

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 27 November 2020



MOH ZAENI FUAD
NIM. 2013115220

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam CD.