

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

ACHMAD NAUFAL HANIF

NIM : 20211221073

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2026

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO DI SURABAYA**

Diajukan guna memenuhi
Salah satu untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen



Oleh :

ACHMAD NAUFAL HANIF

NIM : 20211221073

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2026

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Achmad Naufal Hanif

NIM : 20211221073

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini, benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 05 Februari 2026

Yang membuat pernyataan,





Achmad Naufal Hanif

Achmad Naufal Hanif

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO DI SURABAYA

Diajukan Oleh:
ACHMAD NAUFAL HANIF
NIM : 20211221073

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dr. Muhammad Anang Firmansyah, M.M		<u>16 April 2026</u>
2. Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., MM		<u>19 April 2026</u>

Mengetahui :


Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M


Ketua Program Studi
Dr. Dwi Songgo Pangayudi, ST., M.M.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI
PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO DI SURABAYA


Nama : Achmad Naufal Hanif
NIM : 20211221073

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/Tanggal : Rabu/24 Desember 2025
Pukul : 09.00 WIB sampai dengan 11.00 WIB

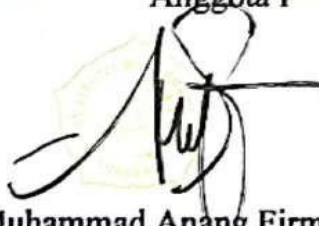
Komisi Penguji terdiri dari

Komisi Penguji


Dr. Siti Maro'ah, M.Pd

Anggota I

Anggota II


Dr. Muhammad Anang Firmansyah, M.M


Phonyy Aditiawan Mulyana, S.E., MM

Mengetahui


Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M


Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., M.M.

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HONDA VARIO DI SURABAYA
Achmad Naufal Hanif

Email : achmad.naufal.hanif-2021@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Honda Vario di wilayah Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Honda Vario di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,008 ($< 0,05$). Variabel gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($< 0,05$). Selain itu, hasil uji simultan menunjukkan bahwa *brand image* dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,235 menunjukkan bahwa sebesar 23,5% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *brand image* dan gaya hidup, sedangkan 76,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa *brand image* dan gaya hidup memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap Honda Vario di Surabaya. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus memperkuat citra merek serta menyesuaikan produk dengan gaya hidup konsumen agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci: *brand image*, gaya hidup, keputusan pembelian, Honda Vario.

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND LIFESTYLE ON HONDA
VARIO PURCHASE DECISIONS IN SURABAYA
Achmad Naufal Hanif

Email: achmad.naufal.hanif-2021@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image and lifestyle on Honda Vario purchasing decisions in the Surabaya area. This study used a quantitative approach with a survey method. Data were obtained by distributing questionnaires to Honda Vario consumers in Surabaya. The data analysis technique used in this study was multiple linear regression analysis with the help of SPSS.

The results showed that brand image partially had a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance value of 0.008 (<0.05). The lifestyle variable also had a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance value of 0.001 (<0.05). Furthermore, the simultaneous test results indicate that brand image and lifestyle simultaneously have a significant influence on purchasing decisions, with a significance value of 0.000 (<0.05). The coefficient of determination (R^2) of 0.235 indicates that 23.5% of the variation in purchasing decisions can be explained by brand image and lifestyle, while the remaining 76.5% is influenced by factors outside this research model.

Based on these results, it can be concluded that brand image and lifestyle play a significant role in influencing consumer purchasing decisions for the Honda Vario in Surabaya. Therefore, the company is advised to continue strengthening its brand image and tailoring its products to consumers' lifestyles to improve purchasing decisions.

Keywords: brand image, lifestyle, purchasing decisions, Honda Vario.

Keywords: *brand image*, lifestyle, purchasing decision, Honda Vario.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Azza wa Jalla yang telah memberikan taufiq, hidayah serta nikmat atas karunia berupa cahaya ilmu bagi umatnya. Shalawat dan salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi wa Salam, keluarganya, para sahabatnya dan juga setiap orang yang mengikuti mereka dengan baik dan benar. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario Di Surabaya” tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Mundakir, S.Kep., Ns. M.Kep., FISQua. sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Dr. Dwi Songgo Panggayudi ST., MM., sebagai Ketua Program Studi Manajemen yang telah mengizinkan penulis untuk menyusun skripsi.
4. Dr. M. Anang Firmansyah, MM sebagai Dosen Pembimbing I dengan sukarela, ikhlas dan sabar memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing II atas bimbingan, saran serta kritik yang bermanfaat bagi penulis.
6. Dr. Siti Maroah, M.Pd selaku dosen penguji pada penelitian skripsi ini yang telah memberikan masukan dalam memperbaiki penyusunan skripsi.
7. Snoop Dogg atas quotes yang relevan dengan penulis yaitu “*I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard*”

work. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and trying to do more right than wrong. I wanna thank me for just being me at all times!”

8. Orang tua dan saudara kandung saya, yang telah memberikan dukungan baik berupa Motivasi, Spiritual dan Materil serta menjadi rumah ternyaman atas izin Allah.
9. Teman-teman yang mendukung dan membantu penulis.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas doa, dukungan, serta saran yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan ketulusan hati semua pihak yang telah membersamai dan membantu penulis selama proses panjang yang peneliti tempuh selama masa kuliah dan penyusunan skripsi ini. Besar harapan peneliti semoga skripsi ini dengan judul “Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario Di Surabaya” dapat bermanfaat bagi kita semua serta menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Surabaya, 18 Desember 2025

Penulis

Achmad Naufal Hanif

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka Berpikir & Model Analisis.....	21
D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Pendekatan Penelitian.....	24
B. Definisi Operasional Variabel.....	24
C. Populasi dan Teknik Sampling.....	27
D. Objek dan Waktu Penelitian	29

E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
F. Variabel Penelitian	30
G. Uji Instrumen	30
H. Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Gambaran Umum Objek Perusahaan: MPM HONDA.....	34
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	35
C. Hasil Uji Hipotesis	47
D. Pembahasan	49
BAB V PENUTUP.....	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top 10 Motor Terlaris di Indonesia.....	3
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 4. 1 Tabel karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4. 2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Komunitas	36
Tabel 4. 3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Domisili.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	15
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	21
Gambar 2. 3 Model Analisis	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuisisioner Penelitian	64
Lampiran 2.	Tabulasi Kuisisioner	68
Lampiran 3.	Hasil Uji Hipotesis	70
Lampiran 4.	Dokumentasi.....	73
Lampiran 5.	Lembar Perbaikan Skripsi	74
Lampiran 6.	Bukti Bebas Plagiasi.....	75
Lampiran 7.	Keterangan Bebas Pinjam	76
Lampiran 8.	Kartu Bimbingan Skripsi.....	77
Lampiran 9.	Endorsement Letter	78
Lampiran 10.	SK Dosen Pembimbing	79