



**ANALISIS CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEPEDA MOTOR HONDA**

**(Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Kecamatan Semboro,
Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Kautsar Bilqisti
NIM. 1310411116

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2017**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kautsar Bilqisti

NIM : 1310411116

Prodi : Manajemen Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **ANALISIS CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEPEDA MOTOR HONDA (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember)** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isisnya, sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta Saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 30 Mei 2017

Yang menyatakan,



Kautsar Bilqisti

NIM. 1310411116

SKRIPSI

ANALISIS CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEPEDA MOTOR HONDA (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember)

Oleh :

Kautsar Bilqisti
NIM. 1310411064

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Anwar, M.Sc

Dosen Pembimbing Pendamping : Dewi Deniaty, SE, MM.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Analisis Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Honda (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 30 Mei 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Seno Sumowo, SE. MM.

NPK. 01 09 288

Anggota I,

Drs. Anwar, M.Sc

NPK. 85 03 125

Anggota II,

Dewi Deniaty, SE, MM.

NPK. 0722029103

Mengesahkan:

Dekan,

Dr. Arik Susbiyani, M.Si.

NPK. 01 09 289

Ketua Program Studi,

Drs. Anwar, M.Sc.

NPK. 85 03 125

MOTTO

“Sesungguhnya orang yang paling mulia di sisi Allah adalah orang yang paling taqwa di antara kalian..”

(QS. Al-Hujurat: 13)

“Cukuplah Allah bagiku; tidak ada Tuhan selain Dia. hanya kepada-Nya aku bertawakal.”

(QS. At-Taubah: 129)

“Jika kamu bertaqwa, Allah akan membimbingmu.”

(QS. Al-Baqarah: 282)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini.
2. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Drs. Anwar, M.Sc. sebagai Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah membantu dan mempermudah proses pengajuan skripsi.
4. Bapak Seno Sumowo, SE. MM. sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada peneliti.
5. Kedua dosen pembimbing saya, Drs. Anwar, M.Sc. sebagai Dosen Pembimbing I dan Ibu Dewi Deniaty, SE. MM. sebagai Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar, terimakasih.
6. Teman-teman manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah mendukung dan berbagi informasi mengenai skripsi.
7. Semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi
8. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammdiyah Jember

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi didalam penelitian ini adalah seluruh konsumen loyal sepeda motor Honda di Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden, menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa citra merek, harga dan kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Semua variabel independen memiliki nilai koefisien regresi positif, artinya semakin baik citra merek, harga dan kualitas produk maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa bahwa 68.7% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh citra merek, harga dan kualitas produk. Sedangkan sisanya 31.3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan, seperti kualitas pelayanan, keragaman produk dan lain-lain.

Kata kunci: citra merek, harga, kualitas produk dan loyalitas pelanggan

ABSTRACT

Research about factors that influence customer loyalty of Honda motorcycle. The purpose of this research is to analyze the influence of brand image, price and product quality to the customer loyalty partial and simultaneous. This type of research is descriptive quantitative and research design is explanatory. The population in this study are all costumers of Honda motorcycle in Semboro, Jember. The samples used were 40 respondents, using the technique of non-probability sampling with purposive sampling approach. Hypothesis test results showed brand image, price and product quality that partially and simultaneous have a significant influence to the customer loyalty. Regression analysis showed brand image, product quality and price have a positive influence to the customer loyalty. Coefficient determination test shows that 68.7% of customer loyalty influenced by brand image, product quality and price. While the remaining 31.3% is influenced by other variables outside the model or equation, like service quality, product diversity and others.

Key words: brand image, price, product quality and customer loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya persembahkan kepada Allah SWT, karena berkat izin dan ridhoNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Honda (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember)”. Peneliti sadar bahwa laporan ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah berperan dan berpartisipasi dalam membantu penyelesaian skripsi ini.

Sesuai dengan pribahasa yang berbunyi “tak ada gading yang tak retak”, peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan bagi almamater tercinta.

Jember, 30 Mei 2017

Yang menyatakan,

Kautsar Bilqisti

NIM. 1310411116

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PEMBIMBINGAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 7 |
| 1.3.Tujuan Dan Kegunaan Penelitian | 7 |
| | |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Tinjauan Teori | 9 |
| 2.2 Kajian Empiris | 32 |
| 2.3 Kerangka Konseptual | 33 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian | 34 |
| | |
| BAB 3. METODE PENELITIAN | 37 |
| 3.1 Identifikasi Variabel | 37 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel..... | 37 |
| 3.3 Desain Penelitian | 38 |
| 3.4 Jenis Data | 39 |
| 3.5 Teknik Pengambilan Sampel | 39 |
| 3.5.1 Populasi..... | 39 |
| 3.5.2 Sampel | 39 |
| 3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel | 40 |
| 3.7 Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| 3.8 Teknik Analisis Data | 41 |
| 3.8.1 Uji Instrumen Data | 41 |

| | |
|--|-----------|
| 3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda | 42 |
| 3.8.3 Uji Asumsi Klasik | 42 |
| 3.8.4 Uji Hipotesis | 43 |
| 3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi | 44 |
| BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 46 |
| 4.1. Gambaran Umum Perusahaan..... | 46 |
| 4.1.1 Profil Perusahaan | 46 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan | 48 |
| 4.2. Analisis Deskriptif | 48 |
| 4.3. Hasil Analisis Data | 54 |
| 4.3.1 Uji Instrumen Data..... | 54 |
| 4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda | 55 |
| 4.3.3 Uji Asumsi Klasik..... | 57 |
| 4.3.4 Uji Hipotesis | 59 |
| 4.3.5 Analisis Koefisien Determinasi | 61 |
| 4.4. Pembahasan..... | 61 |
| BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN | 65 |
| 5.1. Kesimpulan | 65 |
| 5.2. Saran | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA | 67 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1. Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2016 | 2 |
| Tabel 1.2. Hasil Survei Awal | 6 |
| Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden | 48 |
| Tabel 4.2. Responden Menurut Usia..... | 49 |
| Tabel 4.3. Frekuensi Responden Terhadap Indikator dari Citra Merek..... | 50 |
| Tabel 4.4. Frekuensi Responden Terhadap Indikator dari Harga | 51 |
| Tabel 4.5. Frekuensi Responden Terhadap Indikator dari Kualitas Produk | 52 |
| Tabel 4.6 Frekuensi Responden Terhadap Indikator dari Loyalitas Pelanggan..... | 53 |
| Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas..... | 54 |
| Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas | 55 |
| Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 56 |
| Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinearitas..... | 57 |
| Tabel 4.11. Hasil Uji Hipotesis | 60 |
| Tabel 4.12. Hasil Uji Koefisien Determinasi | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen..... | 16 |
| Gambar 2.2. Kerangka Konseptual | 33 |
| Gambar 4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas | 58 |
| Gambar 4.2. Grafik Normal P-Plot | 59 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian | 69 |
| Lampiran 2. Rekapitulasi Data..... | 73 |
| Lampiran 3. Frekuensi Jawaban Responden | 75 |
| Lampiran 4. Uji Instrumen Data | 80 |
| Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik, Regresi & Uji Hipotesis..... | 87 |

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Edisi Pertama. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Carthy, Mc dan Perrefault, 2005. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Alih Bahasa Agus Dharma. Erlangga, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21*. Edisi Ketujuh. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*. Edisi Revisi. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. PT. Indeks, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. PT Gramedia, Jakarta.
- Pongoh, Melysa Elisabeth. 2013. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol.1 No.4 (2013).
- Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Riyandi, Riyan. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek T-Shirt Dark Castle Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Distrodark Castle di Plaza Parahyangan Bandung. *Jurnal UNIKOM*
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks

- Setiadi, N. J.. 2005. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media, Jakarta.
- Siagian, Sondang P. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit. Erlangga, Jakarta.
- Simamora, 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sutisna. 2008. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Ketiga. PT. Remaja Posdakarya, Bandung.
- Swastha, Basu & Hani Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran - Analisis Perilaku Konsumen*. BPF, Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Manajemen Jasa*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tomida, Merinda dan Budhi Satrio. 2016. Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Footwear Yongki Komaladi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 5 No 7 (2016).