



ANALISIS EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
SEPEDA MOTOR HONDA

(Studi Pada Konsumen di Kecamatan Songgon, Banyuwangi)

SKRIPSI

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

Oleh:

Ahmad Hidayat

1210411133

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2016

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Hidayat

NIM : 1210411133

Prodi : Manajemen Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **ANALISIS EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEPEDA MOTOR HONDA (Studi Pada Konsumen di Kecamatan Songgon, Banyuwangi)** 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, 23 November 2016

Yang menyatakan,

Ahmad Hidayat

NIM. 1210411133

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya persembahkan kepada Allah SWT, karena berkat izin dan ridhonya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Honda (Studi Pada Konsumen Di Kecamatan Songgon, Banyuwangi)”.

Peneliti sadar bahwa laporan ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Trias Setyowati, SE. MM. sebagai Dosen Pembimbing I dan Bapak Haris Hermawan, SE. MM. sebagai Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
3. Teristimewa orang tua tersayang, terima kasih atas dukungan, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian.
4. Teman-teman manajemen FE UMJ, terimakasih untuk doa dan bantuannya.
5. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan 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, 23 November 2016

Peneliti

Ahmad Hidayat

NIM. 1210411133

## 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 .....              | 8    |
| 1.3.Tujuan Dan Kegunaan Penelitian ..... | 8    |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....            | 10   |
| 2.1 Tinjauan Teori .....                 | 10   |
| 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....  | 33   |
| 2.3 Kerangka Konseptual .....            | 34   |
| 2.4 Hipotesis Penelitian .....           | 34   |
| BAB 3. METODE PENELITIAN .....           | 36   |
| 3.1 Identifikasi Variabel .....          | 36   |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel.....   | 36   |
| 3.3 Desain Penelitian .....              | 38   |
| 3.4 Jenis Data .....                     | 38   |
| 3.5 Teknik Pengambilan Sampel .....      | 39   |
| 3.5.1 Populasi.....                      | 39   |
| 3.5.1 Sampel .....                       | 39   |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.6 Teknik Pengambilan Sampel .....          | 39        |
| 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 .....                    | 44        |
| 3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi .....   | 44        |
| <b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>      | <b>46</b> |
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....    | 46        |
| 4.2. Gambaran Umum Responden .....           | 48        |
| 4.3. Hasil Penelitian .....                  | 55        |
| 4.3.1 Uji Instrumen Data.....                | 55        |
| 4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 57        |
| 4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....                 | 59        |
| 4.3.4 Uji Hipotesis .....                    | 62        |
| 4.4. Pembahasan.....                         | 65        |
| <b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>     | <b>69</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....                        | 69        |
| 5.2. Saran .....                             | 70        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                  | <b>72</b> |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....                         | 75  |
| Lampiran 2. Rekapitulasi Data Kuisisioner .....                 | 81  |
| Lampiran 3. Frekuensi Pernyataan Responden .....                | 84  |
| Lampiran 4. Uji Instrumen Data .....                            | 91  |
| Lampiran 5. Uji Regresi, Uji Asumsi Klasik & Uji Hipotesis..... | 101 |

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2006. *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. The Free Press, United States of America.
- Agung, Adi Nugroho. 2006. Menumbuhkan Service Loyalty melalui Kualitas Pelayanan dan Pengelolaan Respon Emosi Konsumen pada Perusahaan Jasa. *Jurnal Manajemen*. Vol. 5, No. 2
- Alamsyah. 2012. *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Rumah Sakit Syarif Hidayatulla)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan. Keenam. Alfabeta, Bandung
- Assauri, Sofyan. 2009. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Edisi Pertama. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Bakkara, Ronal, P. 2014. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Samsung Galaxy (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha Bandung)*. Skripsi fakultas ekonomomi, universitas kristen maranatha, bandung.
- Durianto, Darmadi, dkk. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan. Pelanggan*. PT. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Glueck & Jauch. 2000. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Terjemahan Murad dan Henry. Erlangga, Jakarta.
- Hair, Joseph F et al. 2006. *MultiVariate Data Analysis. Fifth Edition*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan Jilid 2. Terjemahan Edisi Millenium. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.

- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, edisi Ketiga Belas. Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip dan Amstrong Gary. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lovelock, Chirstoper dan Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing*. Pearson, New Jersey. USA.
- Maulidiya, Suharyono & Hidayat. 2014. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pemilik Sepeda Motor Merek Honda Yang Memiliki Lebih Dari Satu Unit Yang Melakukan Service Di Dealer Mpm Motor Malang). *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Brawijaya*.
- McIlroy, A. and Barnett S. 2000. *Building Customer Relationships: Do Discount Cards Work?*. Managing Service Quality, Vol 10.
- Mudrajad Kuncoro. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Rahman, Arif. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Edisi. Pertama. TransMedia Pustaka, Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Indeks, Jakarta.
- Simamora, Henry. 2005. *Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Siswanto, Bejo. 2005. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia pendekatan Administratif dan Operasional*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Stanton, W.J. dan L. Lamarto. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Jilid I, Erlangga, Jakarta
- Swastha, Basu dan Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE, Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2006. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.



Temporal, Paul. 2001. ***Branding di Asia, Penciptaan, Pembangunan, dan Manajemen Merek Asia Untuk Pasar Globe***. Interaksara, Batam.

Tjiptono, Fandy. 2004. ***Strategi Pemasaran***. Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2005. ***Brand Management And Strategy***. Edisi Pertama. Andi, Yogyakarta.

Utami, Rahma. 2010. ***Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Teh Botol Sosro Di Wilayah DKI Jakarta***. Fakultas Ekonomi, Universitas Nasional, Jakarta.

Zethaml, Valarie, Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler. 2006. ***Service Marketing***. McGraw-Hill International Edition.

[www.otomotifnet.com](http://www.otomotifnet.com)

[www.astra-honda.com](http://www.astra-honda.com)

[www.aisi.or.id](http://www.aisi.or.id)