



**PENGARUH EKUITAS MEREK HONDA MOTOR  
MATIC TERDAHAP LOYALITAS KONSUMEN  
(STUDI KASUS PADA PEMBELI MOTOR MATIC  
HONDA DI DEALER CUMEDAK JEMBER)**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**Ali Supardana  
NIM. 12.10.411.033**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
JULI, 2016**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ali Supardana  
NIM : 12.10.411.033  
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : PENGARUH EKUITAS MEREK HONDA MOTOR MATIC TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi pada pembeli motor matic Honda di Dealer Cumedak 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 isinya 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 di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember. 28 Junii 2016

Yang menyatakan,

Mateai  
6000

Ali Supardana  
NIM. 12.10.411.033



**PENGARUH EKUITAS MEREK HONDA MOTOR  
MATIC TERDAHAP LOYALITAS KONSUMEN  
(STUDI KASUS PADA PEMBELI MOTOR MATIC  
HONDA DI DEALER CUMEDAK JEMBER)**

**Oleh:**

**Ali Supardana  
NIM. 12.10.411.033**

**Pembimbing:**

**Dosen Pendamping Utama : Dr. Toni. H, MM**

**Dosen Pembimbing Pendamping : Drs. Anwar, Msc**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Ekuitas Merek Honda Motor Matic Terhadap Loyalitas Konsumen, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 28, Juni 2016

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dra. Retno Endah Supeni. MM  
NPK 95 10 256

Anggota 1,

Dr. Toni Herlambang, M.M  
NPK 06 03 425

Anggota 2,

Drs. Anwar. Msc  
NPK 85 031 25

Mengesahkan:

Dekan,

Dr. Arik Susbiyani. Msi  
NIP 280419701997021001

Ketua Jurusan,

Maheni Ika Sari, SE., M.M  
NIP 19770 811 2005 01 2001

## MOTTO

**Dan janganlah kamu terlalu mengharapka (ingin mendapat) limpah karunia yang Allah telah berikan kepada sebahagian dari kamu (untuk menjadikan mereka) melebihi sebagian yang lain (tentang harta benda, ilmu pengetahuan atau pangkat kebesaran). (Karena telah tetap) orang-orang lelaki ada bagian dari apa yang mereka usahakan; (maka berusahalah kamu) dan pohonkanlah kepada Allah akan limpah karunianya. Sesungguhnya Allah senantiasa mengetahui akan tiap-tiap sesuatu.**

**(QS. An Nisa' 032)**

**“Barang siapa menolong saudaranya yang membutuhkan maka Allah ta’ala akan menolongnya.**

**(HR. Muslim)**

**Kupersembahkan Skripsi ini untuk :**

- **Bapak (Suparjo) dan Ibu (Siti Indana) tercinta**
  - **Istriku yang cantik Qurrotu Ayunin**
  - **Adek yang aku sayang Hoirul Umam**
- **Mertuaku tercinta Drs. Bay Daysik, SH dan Umi Purwani Hidayatin, Spd**
- **Buat para sahabatku Fakultas Ekonomi Manajemen 2012 dan para kicau mania**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Ekuitas Merek Honda Motor Matic Terhadap Loyalitas Konsumen".

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. Arik Susbiyani M.si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Dr. Toni Herlambang, M.M, selaku dosen pembimbing I dan Drs. Anwar, Msc, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Dra. Retno Endah Supeni. MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.

- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Juni 2016

Penyusun

Ali Supardana

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.2 Loyalitas konsumen.....	11
2.1.3 Citra Merek.....	14
2.1.4 Ekuitas merek.....	16
2.1.5 Dimensi ekuitas merek.....	17
2.1.6 Diferensiasi kompetitif.....	21
2.2 Tinjauan penelitian terdahulu.. ..	22
2.3 Kerangka Konseptual .....	25
2.4 Hipotesis .....	27
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Identifikasi Variabel .....	29
3.1.1 Variabel Bebas .....	29
3.1.2 Variabel Terikat .....	29
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	29



3.3	Desain Penelitian .....	31
3.4	Populasi dan Sampel .....	32
3.4.1	Populasi .....	32
3.4.2	Sampel .....	32
3.4.3	Teknik pengambilan sampel.....	32
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	33
3.5.1	Data Sekunder .....	33
3.5.2	Data Primer .....	33
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	33
3.7	Teknik Analisis Data .....	35
3.7.1	Uji Instrumen Data .....	35
3.7.1.1	Uji Validitas .....	35
3.7.1.2	Uji Reliabilitas .....	35
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
3.7.3	Uji Asumsi Klasik .....	37
3.7.3.1	Uji Normalitas .....	37
3.7.3.2	Uji Multikolinearitas .....	37
3.7.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	38
3.7.4	Uji Hipotesis .....	38
3.7.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	38
3.7.4.2	Uji Parsial (Uji t) .....	39
3.7.4.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	40
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL DAN PENBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	41
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	41
4.1.2	Struktur Organisasi .....	46
4.1.3	Fungsi Dan Tugas Jabatan .....	47
4.2	Aspek Personalia .....	49
4.2.1	Jumlah Tenaga Kerja .....	49
4.2.2	Jam Kerja .....	50
4.2.3	Sistem Upah .....	50
4.3	Aspek Pemasaran .....	50
4.3.1	Daerah Pemasaran .....	50
4.3.2	Cara Penjualan dan Cara Pembayaran .....	50
4.4	Jenis Data Untuk Kebutuhan Analisis.....	51
4.4.1	Diskriptif Statistik Responden .....	51
4.4.2	Diskriptif Variabel Penelitian .....	51
4.4.2.1	Pengetahuan merek (X1).....	52
4.4.2.2	Kualitas merek (X2).....	54
4.4.2.3	Asumsi Merek (X3) .....	57

4.4.2.4 Kesetiaan merek (X).....	59
4.4.2.5 Loyalitas konsumen (Y).....	61
4.5 Analisis Data .....	64
4.5.1 Uji Instrumen Data .....	64
4.5.1.1 Pengujian Validitas Data .....	64
4.5.1.2 Pengujian Reliabilitas Data .....	66
4.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	67
4.5.3 Pengujian Asumsi Klasik .....	69
4.5.3.1 Pengujian Normalitas .....	69
4.5.3.2 Pengujian Multikolinearitas .....	70
4.5.3.3 Pengujian Heterokedastisitas .....	70
4.5.4 Pengujian Hipotesis .....	72
4.5.4.1 Uji F .....	72
4.5.4.2 Uji t .....	72
4.5.4.3 Koefisien Determinasi .....	74
4.6 Pembahasan .....	75
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran .....	77
5.9 Rekomendasi .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Penjualan sepeda motor honda nasional 201..... .	2
Tabel 1.2: Penjualan Dealer Makmur jaya motor 201.....	6
Tabel 1.3: Total Penjualan seluruh jenis motor.....	7
Tabel 2.2: Tinjauan penelitian terdahulu.....	24
Tabel 4.1: Responden Menurut Jenis Kelamin Dan Masa Menjadi Pelanggan .....	51
Tabel 4.2: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Pengetahuan merek .....	52
Tabel 4.3: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap kualitas merek.....	55
Tabel 4.4: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap asumsi merek.....	57
Tabel 4.5: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap kesetiaan merek.....	59
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap loyalitas konsumen .....	62
Tabel 4.7: Hasil Pengujian Validitas .....	65
Tabel 4.8: Hasil Pengujian Reliabilitas .....	66
Tabel 4.9: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	67
Tabel 4.10: Hasil Hasil Uji Multikolinearitas .....	70
Tabel 4.11: Hasil Uji F .....	72
Tabel 4.12: Hasil Uji t .....	73
Tabel 4.13: Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2: Kerangka konseptual.....	26
Gambar 4.1: Struktur Organisasi PT. AHM Indonesia.....	47
Gambar 4.2: Hasil Pengujian Normalitas .....	69
Gambar 4.3: Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....	71

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2: Petunjuk Pengisian Kuesioner
- LAMPIRAN 3: Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 4: Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 5: Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN 6: Uji Validitas
- LAMPIRAN 7: Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 8: Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 9: Tabel  $r$  Product Moment, Tabel Distribusi  $F$ , dan Tabel Distribusi  $t$
- LAMPIRAN 10: Dokumentasi Penelitian
- LAMPIRAN 11: Surat Pernyataan Penelitian