



**ANALISIS FAKTOR KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE,
HARGA DAN PROMOSI YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
KONSUMEN HONDA
(Studi Kasus pada Konsumen Honda Scoopy di
Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Manajemen 2016)**

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Study Manajemen (SI)
Dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :
Novi Indri Astutik
NIM : 141041355

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**



**ANALISIS FAKTOR KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE,
HARGA DAN PROMOSI YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
KONSUMEN HONDA**

**(Studi Kasus pada Konsumen Honda Scoopy di Universitas
Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Manajemen 2016)**

SKRIPSI

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

Oleh :

Novi Indri Astutik

NIM: 1410411355

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
JUNI, 2019**

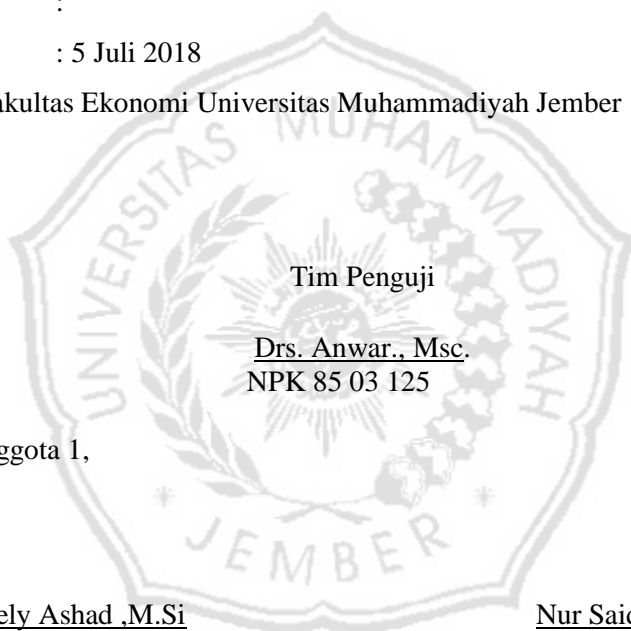
PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Analisis Faktor Kualitas Produk, Brand Image, Harga dan Promosi yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Honda (Studi Kasus pada Konsumen Honda Scoopy di Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Manajemen 2016), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari :

Tanggal : 5 Juli 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember



Tim Penguji

Drs. Anwar., Msc.
NPK 85 03 125

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. M. Naely Ashad .M.Si
NIP 196612311993031006

Nur Saidah SE .MM.
NPK 15 09 637

Dekan

Mengesahkan :

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani, M.Si.
NPK 01 09 289

Drs. Anwar M.Sc
NPK 85 03 125

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor Kualitas Produk, Brand Image, Harga dan Promosi yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Honda (Studi Kasus pada Konsumen Honda Scoopy di Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Manajemen 2016)**”. Karya tulis ilmiah (skripsi) dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan sarjana satu (S1) pada Fakultas Ekonomi, jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.

Dalam menyusun skripsi ini tidak lepas dari abntuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ucapkan terimakasih yang sebesa-besarnya kepada :

1. Dr. Arik Susbiyani, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memebrikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, Msc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Drs. M. Narly azhad, M.Si Selaku Dosen Pembimbing I dan Nur Saidah SE.MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Drs. Anwar, Msc, selaku Dosen Penguji skripsi yang telah bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staff Pengajaran/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Ayah dan ibu tercinta, yang selalu mendoakan, memberi dukungan serta perhatiannya yang luar biasa.
7. Kakak dan adikku tersayang yang telah memotivasi dalam penulisan skripsi ini.

8. Terimakasih untuk Cahya Ulal yang tiada henti membantuku dalam penyusunan Skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen H angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
10. Teman-teman KKN Team 19 yang sudah memberikan dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas segala amal baiknya. Penulis menyadari bahwa dalam penyajian skripsi ini masih banyak kekurangan yang terdapat di dalamnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Jember, 26 Juni 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Batasan Masalah	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Konsep Pemasaran dan Orientasi Pada Konsumen	11
2.1.3 Ruang Lingkup Pemasaran	13
2.1.4 Konsep Inti Dalam Pemasaran	14
2.1.5 Kualitas Produk	17
2.1.6 Brand Image	20
2.1.7 Harga	20

2.1.8	Promosi.....	22
2.1.9	Loyalitas Konsumen	22
2.2	Penelitian Terdahulu	23
2.3	Kerangka Konseptual	24
2.4	Hipotesis	25
2.4.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen	26
2.4.2	Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen	26
2.4.3	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen	27
2.4.4	Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen.....	28
BAB 3 METODE PENELITIAN		29
3.1	Identifikasi Variabel	29
3.1.1	Variabel Independen/Bebas	29
3.1.2	Variabel Dependen/Terikat.....	29
3.2	Definisi Operasional Variabel	30
3.2.1	Kualitas Produk (X1).....	30
3.2.2	Brand Image (X2).....	30
3.2.3	Harga (X3).....	30
3.2.4	Promosi (X4).....	31
3.2.5	Loyalitas Konsumen (Y).....	31
3.3	Desain Penelitian.....	31
3.4	Jenis Data.....	32
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
3.5.1	Populasi	32
3.5.2	Sampel.....	32
3.6	Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.7	Metode Pengumpulan Data	33
3.8	Teknik Analisis Data.....	35
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	35
3.8.2	Uji Instrumen Data	35

3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.8.4	Uji Asumsi Klasik	37
3.8.5	Uji Hipotesis	38
3.8.6	Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	38
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Gambaran Umum	40
4.1.1	Gambaran Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember	40
4.1.2	Visi dan Misi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember.....	40
4.1.3	Tujuan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.....	41
4.1.4	Statistik Deskriptif Responden.....	41
4.2	Jenis Data untuk Kebutuhan Analisis	42
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	42
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	45
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	47
4.2.4	Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.2.5	Pengujian Hipotesis	50
4.2.6	Koefisien Determinasi Berganda (R ²)	52
4.3	Pembahasan	52
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		56
5.1	Kesimpulan	56
5.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Tabel Perbandingan Produk	3
1.2	Market Share Sepeda Motor Honda, Yamaha, Suzuki Tahun Januari 2015 – Oktober 2018	4
2.1	Penelitian Terdahulu	23
4.1	Statistik Deskriptif Demografi Responden	42
4.2	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Produk.....	43
4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Brand Image.....	43
4.4	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Harga.....	44
4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Promosi	44
4.6	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Loyalitas Konsumen.....	45
4.7	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	46
4.8	Hasil Uji Reliabilitas	46
4.9	<i>Collinearity Statistic</i>	47
4.10	Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual.....	25
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
4.2	Hasil Uji Normalitas	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Rekapitulasi Data Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Amirin, Tatang M. 2001. *Menyusun Perencanaan Penelitian*. Jakarta; Raja Grafindo Persada.
- Arianto. Nurmin. 2016. Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Distribusi terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Matic Honda Beat di Depok. *Prosiding Seminar Ilmiah Nasional*.
- Ferdian. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Swalayan Berkah Di Bangsri Jepara. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume IX*, No. 3, Desember 2010, Halaman 318 – 334.
- Gaspersz, Vincent. 2008. *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia. Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Penelitian Research*. Yogyakarta: BPFE.
- Hair, Joseph F., Jr., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham, and William C. Black. 2006. *Multivariate Data Analysis 5th ed.* New York: Macmillan Press.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2014. *Prinsip-prinsip pemasaran*, jilid 2. Edisi ke 8. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kotler, Phillip. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta; Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Penerbit. Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Edisi. Pertama. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Ruksanan, Rahma Ayu. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Herbalife Di Cabang Kendari. *Skripsi*. Universitas Halu Oleo Kendari 2017.
- Simamora, Bilson. 2011. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2011. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Widjaja, Amin. 2008. *Dasar-Dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Jakarta: Harvindo.
- Wijayanto, Andi. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi Pada Konsumen Tupperware Di Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 2, Nomor 1, Maret 2013.
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekomisis.