

**HUBUNGAN CITRA MEREK, NILAI PELANGGAN, KUALITAS
PERSEPSIAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA
DI KOTA YOGYAKARTA**

**THE RELATIONS BETWEEN BRAND IMAGE, CUSTOMER'S VALUE,
PERCEPTION QUALITY, CUSTOMER'S SATISFACTION AND
CUSTOMER'S LOYALTY ON HONDA MOTORCYCLE PRODUCTS IN
THE CITY OF YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Oleh

MOHAMMAD YOSE ARDITO
20050410050

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2011

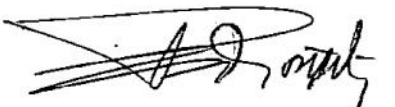
SKRIPSI

HUBUNGAN CITRA MEREK, NILAI PELANGGAN, KUALITAS PERSEPSIAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA DI KOTA YOGYAKARTA

THE RELATIONS BETWEEN BRAND IMAGE, CUSTOMER'S VALUE, PERCEPTION QUALITY, CUSTOMER'S SATISFACTION AND CUSTOMER'S LOYALTY ON HONDA MOTORCYCLE PRODUCTS IN THE CITY OF YOGYAKARTA



Telah disetujui Dosen Pembimbing


Drs. Edy Supriyono, M.M.
NIK: 143004

Tanggal 3/ 2/11

SKRIPSI


HUBUNGAN CITRA MEREK, NILAI PELANGGAN, KUALITAS PERSEPSIAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA DI KOTA YOGYAKARTA

Diajukan oleh

MOHAMMAD YOSE ARDITO
20050410050


Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Tanggal 21 Desember 2011 Yang Terdiri dari


Ketua Tim Penguji


Drs. Edi Supriyono, M.M.
NIK. 143004

Anggota Tim Penguji

Anggota Tim Penguji


Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK. 143014


Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si.
NIK. 143058

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Dr. Gano Prawoto, S.E., M.Si
NIK: 143016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Mohammad yose Ardito

Nomor Mahasiswa : 20050410050

Menyatakan bahwa Skripsi ini dengan judul: "Hubungan Citra Merek, Nilai Pelanggan, Kualitas Persepsian, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Produk Sepeda Motor Merek Honda Di Kota Yogyakarta, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam Skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 2011

Mohammad Yose Ardito

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhan mu lah hendaknya kamu berharap”.

(Qs. Alam Nasyrah: 6-8)

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu berat, kecuali bagi orang-orang yang khusu’.

(Qs. A Baqorah: 45)

“Jangan pernah takut dan malu untuk memulai suatu kebaikan, karena awal kesuksesan adalah melawan rasa malu dan takut untuk melakukan perubahan besar dalam hidup kita”.

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadiran ALLAH SWT, kupersembahkan karya ini untuk:

- **ALLAH SWT**

Yang telah memberikan nafas dalam hidupku, mengijinkan aku merasakan nikmat-nikmat-Mu dan telah memberikan rahmat dan cinta pada hamba-Nya.

- Kedua orang tuaku yang tercinta dan seluruh keluargaku yang telah mengiringi langkahku dengan dukungan dan doanya.

- Semua teman-teman yang membantuku dan menolongku

INTISARI

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu: menganalisis pengaruh citra merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas, menganalisis pengaruh nilai, kualitas persepsian dan citra merek terhadap kepuasan konsumen, menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas persepsian terhadap nilai, dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap kualitas persepsian. Objek dalam penelitian adalah sepeda motor Honda dan subjeknya adalah penduduk Kota Yogyakarta. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran angket kepada 100 orang konsumen sepeda motor Honda di Kota Yogyakarta. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas persepsian berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Citra merek berpengaruh positif terhadap nilai pelanggan. Kualitas persepsian berpengaruh positif terhadap nilai pelanggan. Citra merek berpengaruh positif terhadap kualitas persepsian.

Kata kunci: citra merek, kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, nilai, kualitas persepsian.

Abstract

This study has several objectives: to analyze the influence of brand image and customer's satisfaction on loyalty, to analyze the influence of value, perception quality and brand image on consumer's satisfaction, to analyze the influence of the brand image on perception quality. The object in this study is Honda motorcycle and the subject is the resident of the city of Yogyakarta. The research data obtained through questionnaires to 100 consumers of Honda motorcycles in Yogyakarta. Data analysis was performed using Structural Equation Modeling (SEM).

The results of the tests performed showed that brand image has positive effect on consumer's loyalty. Customer's satisfaction has positive effect on customer's loyalty. Customer's value has positive effect on customer's satisfaction. Perception quality has positive effect on customer's satisfaction. Brand image has positive effect on customer's satisfaction. Brand image has positive effect on customer's value. Perception quality has positive effect on customer's value. Brand image has positive effect on perception quality.

Keywords: *brand image, customer's satisfaction, customer's loyalty, value, perception quality.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Sholawat dan salam senantiasa kami panjatkan kepada jujungan Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta mereka yang mengemban sunnah-Nya sampai akhir zaman.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan ramhat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“HUBUNGAN CITRA MEREK, NILAI PELANGGAN, KUALITAS PERSEPSIAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA DI KOTA YOGYAKARTA”**.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapat bantuan, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Edi Supriyono. M.M., selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis.
2. Bapak Dr. Nano Prawoto S.E.,MSi. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhamamadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Ir. H. Dasron Hamid, M.Sc., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diharapkan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 2011

Mohammad Yose Ardito

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teori	6
1. Citra Merek	6
2. Nilai Pelanggan	8
3. Kualitas Persepsian	10

4. Kepuasan Pelanggan	13
5. Loyalitas Pelanggan	14
B. Hasil Penelitian Terdahulu	16
C. Perumusan Hipotesis	17
D. Model Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Subjek dan Objek Penelitian	21
B. Teknik Pengambilan Sampel	21
C. Jenis Data	23
D. Teknik Pengumpulan Data	23
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	23
F. Uji Kualitas Instrumen	25
1. Uji Validitas	25
2. Uji Reliabilitas	26
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Deskripsi Responden	30
B. Uji Validitas dan Reliabilitas	31
1. Uji Validitas	31
2. Uji Reliabilitas	31
C. Pengujian Measurement Model	34
D. Structural Equation Model	35
1. Evaluasi atas Asumsi-Asumsi SEM	36

2. Pengujian Hipotesis	44
3. Analisis Hubungan Langsung dan Tidak Langsung	47
E. Pembahasan	48
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	51
A. Kesimpulan	51
B. Keterbatasan Penelitian	52
C. Saran	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Profil Responden.....	30
Tabel 4.2. Tes Bartlett's dan KMO Measures of Sampling Adequacy	31
Tabel 4.3. Rotated Component Matrix Confirmatory Factor Analysis Model Empat Faktor	32
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.5. Uji Bobot Faktor	34
Tabel 4.6. Assessment of Normality	37
Tabel 4.7. Deskriptif Nilai Z-Score	38
Tabel 4.8. Nilai Mahalanobis Distance	39
Tabel 4.9. Nilai Mahalanobis Distance Setelah Uji Outlier	40
Tabel 4.10. Indikator Pengujian Goodness of Fit	40
Tabel 4.11. Hasil Estimasi	43
Tabel 4.12. Total Efek Variabel-Variabel Penelitian	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian	20
Gambar 4.1. Model Analisis	36