

PENGARUH CITRA MEREK DAN KOMITMEN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MOTOR
HONDA DI SURABAYA



OLEH :

JOHN EFFREM T

3103010091

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013

PENGARUH CITRA MEREK DAN KOMITMEN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MOTOR
HONDA DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

JOHN EFFREM TRIWINATA

3103010091

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KOMITMEN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGGAN MOTOR
HONDA DI SURABAYA**

Oleh:
John Effrem Triwinata
3103010091

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji Sidang Akhir

Pembimbing I,



Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol. M.M
Tanggal: 30/06/14

Pembimbing II,



Robertus Sigit SE., M.Sc
Tanggal: 30/06/2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: John Effrem NRP 3103010091 Telah diuji pada tanggal 22 Juli 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji


Ketua Tim Penguji:



F. N. Hendro Susanto, SE, MM

NIK. 311.99.0365

Mengetahui:

Dekan,


Dr. Lodovikus Lasdi, MM.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.
NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : John Effrem Triwinata

NRP : 3103010091

Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK DAN KOMITMEN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MOTOR HONDA DI SURABAYA

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Juni 2014

Yang Menyatakan



John Effrem Triwinata

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan penyertaan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Komitmen Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Motor Honda di Surabaya”. Tugas akhir skripsi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam proses penyusunan tugas akhir skripsi ini peneliti memperoleh banyak bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyati, SE, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran yang sangat berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Bapak Robertus Sigit SE., M.Sc. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran yang sangat berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.

6. Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa serta nasihat yang berguna.
7. Teman-teman dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas dukungan dan doanya.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 27 Juni 2014

Peneliti,

John Effrem Triwinata

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| ABSTRAK..... | xiii |
| ABSTRACT..... | xiv |
| BAB 1. PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 6 |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 8 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 10 |
| 2.2.1 Merek..... | 10 |
| 2.2.2 Citra Merek..... | 11 |
| 2.2.3 Komitmen Pelanggan..... | 14 |
| 2.2.4 Loyalitas Pelanggan..... | 16 |

| | | |
|-------------------------------------|---|----|
| 2.3 | Hubungan Antar Variabel..... | 19 |
| 2.3.1 | Pengaruh Citra Merek Terhadap Komitmen Pelanggan..... | 19 |
| 2.3.2 | Pengaruh Komitmen Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 20 |
| 2.3.3 | Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 21 |
| 2.3 | Hipotesis..... | 21 |
| 2.4 | Model Analisis..... | 22 |
| BAB 3. METODE PENELITIAN..... | | 23 |
| 3.1 | Jenis Penelitian..... | 23 |
| 3.2 | Identifikasi Variabel..... | 23 |
| 3.3 | Definisi Operasional..... | 23 |
| 3.4 | Pengukuran Variabel..... | 24 |
| 3.5 | Jenis Dan Sumber Data..... | 25 |
| 3.6 | Alat dan Metode Pengumpulan Data..... | 25 |
| 3.7 | Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.. | 26 |
| 3.8 | Analisis Data..... | 27 |
| | 3.8.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas..... | 28 |
| | 3.8.2 Prosedur <i>Structural Equation Model</i> | 28 |
| BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... | | 33 |
| 4.1 | Karakteristik Responden..... | 33 |
| 4.2 | Statistik Deskriptif Variabel Penelitian..... | 35 |
| 4.3 | Analisis Data..... | 39 |
| | 4.3.1 Uji Normalitas..... | 39 |
| | 4.3.2 Uji Validitas..... | 40 |
| | 4.3.3 Uji Reliabilitas..... | 41 |
| 4.4 | Persamaan Struktural..... | 42 |

| | | |
|--------------------------------|---|----|
| 4.5 | Pengujian Hipotesis..... | 43 |
| 4.6 | Uji Kecocokan Keseluruhan Model..... | 44 |
| 4.7 | Pembahasan..... | 44 |
| 4.7.1 | Citra Merek Berpengaruh Terhadap Komitmen Pelanggan Pengguna Motor Honda Di Surabaya..... | 44 |
| 4.7.2 | Komitmen Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Motor Honda Di Surabaya..... | 46 |
| 4.7.3 | Citra Merek Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Motor Honda Di Surabaya..... | 47 |
| BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN..... | | 49 |
| 5.1 | Simpulan..... | 49 |
| 5.2 | Saran..... | 50 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| Nomor: | Halaman |
|--|---------|
| 1.1 Peningkatan Penjualan Motor Di Indonesia Tahun 2008-2013..... | 1 |
| 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang | 8 |
| 3.8.2.a Ukuran Kecocokan Mutlak | 30 |
| 3.8.2.b Ukuran Kecocokan Incremental | 31 |
| 3.8.2.c Ukuran Kecocokan Parsimoni..... | 32 |
| 4.1 Jenis Kelamin..... | 33 |
| 4.2 Usia..... | 34 |
| 4.3 Domisili | 34 |
| 4.4 Pernah Membeli dan Menggunakan Motor Honda Lebih Dari Satu Kali, Secara Berturutan..... | 35 |
| 4.5 Interval Rata-Rata Skor | 36 |
| 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek | 36 |
| 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Komitmen Pelanggan | 37 |
| 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan | 38 |
| 4.9 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> | 39 |
| 4.10 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> | 40 |
| 4.11 Hasil Uji Validitas | 40 |
| 4.12 Hasil Uji Reliabilitas..... | 41 |
| 4.13 Pengujian Hipotesis | 43 |
| 4.14 Ikhtisar <i>Goodness Of Fit</i> | 44 |

DAFTAR GAMBAR

| Nomor: | | Halaman |
|--------|---------------------|---------|
| 2.1 | Model Analisis..... | 22 |

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor:

1. Kuisisioner
2. Karakteristik Responden
3. Data Penelitian
4. Output Normalitas
5. Output Analisis *Structural Equation Model*
6. Gambar Output *Standardized Solution*
7. Gambar Output *t-value*

PENGARUH CITRA MEREK DAN KOMITMEN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGGAN MOTOR HONDA DI SURABAYA

ABSTRAK

Selama beberapa tahun terakhir ini, pengguna motor di Indonesia semakin meningkat. Hal ini berarti banyak masyarakat Indonesia yang membeli motor. PT. Astra Honda Motor sebagai salah satu perusahaan yang memproduksi motor di Indonesia menduduki peringkat penjualan nomor satu. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan komitmen pelanggan terhadap loyalitas pelanggan motor Honda di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 150 responden. Karakteristik sampel dalam penelitian ini yaitu para pengguna motor Honda di Surabaya yang telah membeli motor Honda lebih dari satu kali, secara berurutan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap komitmen pelanggan, komitmen pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan, dan citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini diperkuat dengan hasil uji validitas, reliabilitas, dan pengujian kecocokan model pada masing-masing indikator pada setiap variabel.

Kata kunci: *Citra Merek, Komitmen Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*

THE IMPACT OF BRAND IMAGE AND CUSTOMERS COMMITMENT ON LOYALTY TOWARD HONDA MOTORCYCLE IN SURABAYA

ABSTRACT

Over the past few years, the number of motorcycle riders in Indonesia was steadily increasing. This means a large number of Indonesians are buying their motorcycle from PT Astra Honda Motor, which is the number one top-selling brand of motorcycle in Indonesia. This research was done in order to figure out the impact of brand image and customers' commitment on loyalty toward Honda motorcycle in Surabaya. This research was conducted with the Structural Equation Modeling (SEM) methodology. Purposive sampling technique was used for gathering the sample data on this research. The sample on this research is represented by 150 respondents. The characteristic of the sample in this research is those who ride Honda motorcycle in Surabaya and have bought Honda motorcycle more than once, consecutively

The result of the research shows that brand image have a significant positive impact toward customers commitment, customers commitment mattered significantly and positively on customers loyalty, and brand image contributed positively and significantly toward customers loyalty. These findings are supported by validity, and reliability test result, along with the model fitness test on each indicators on every variables

Key words: *Brand Image, Customers Commitment, Customers Loyalty*