

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *QUALITY  
PRODUCT* TERHADAP *REPURCHASE  
INTENTION* MELALUI *CUSTOMER  
SATISFACTION* HONDA BEAT  
DI KOTA SURABAYA



OLEH:  
ADJIE PRAKOSO  
3103016193

FAKULTAS BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2020

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *QUALITY  
PRODUCT* TERHADAP *REPURCHASE  
INTENTION* MELALUI *CUSTOMER  
SATISFACTION* HONDA BEAT  
DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**  
Diajukan Kepada  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

**OLEH:**  
**ADJIE PRAKOSO**  
3103016193

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**  
2020

**HALAMAN PERSETUJUAN**

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *QUALITY PRODUCT* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* HONDA BEAT  
DI KOTA SURABAYA**

OLEH:  
ADJIE PRAKOSO  
3103016193

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1



Dr. Antonius Yan Wellyan TP, SE., M.Si.  
NIDN: 0721017201  
Tanggal: 18 Juni 2020

Pembimbing 2



Monica Adjeng Erwita, S.Sos., M.M.  
NIDN: 0703088602  
Tanggal: 18 Juni 2020

## HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh: Adjie Prakoso NRP: 3103016193**

Telah diuji pada tanggal 8 Juli 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim penguji

Ketua Tim Penguji



(Dr. Antonius Yan Wellyan TP, SE., M.Si)  
NIDN: 0721017201

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA.  
NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit Haribowo  
Lukito  
CN=Robertus Sigit  
Haribowo Lukito, OU=Head  
of Management  
Department, O=Widya  
Mandala Surabaya Catholic  
University,  
E=hod-manage@ukwms.a  
c.id

I am approving this  
document  
Surabaya, Jawa Timur, IDN  
2020-07-24 09:17:10

Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc.  
NIDN. 0703087902

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adjie Prakoso

NRP : 3103016193

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Quality Product Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Honda Beat Di Kota Surabaya.

Menyatakan bahwa 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, 19 Juni 2020

Yang menyatakan



Adjie Prakoso

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas semua rahmat dan anugerah yang telah dilimpahkan-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Quality Product* Terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* Honda Beat di Kota Surabaya” ini dengan baik. Tujuan dari penulisan skripsi ini untuk menyelesaikan persyaratan kelulusan pada masa kuliah dan meraih Gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini dapat selesai tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam penyusunan proses skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yakni kepada:

1. Allah SWT karena telah memberikan kelancaran penulis dalam mengerjakan skripsi.
2. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., AK., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Dr. Antonius Jan Wellyan Toni Putra, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing pertama yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan, dan mengarahkan penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Ibu Monica Adjeng Erwita, S.Sos., M.M., selaku dosen pembimbing kedua yang telah senantiasa membantu, membimbing, dan memberi pengarahan dengan baik dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
6. Bapak Drs. P. Julius F. Nagel, S. Th., M.M. selaku dosen wali yang telah membimbing penulis dari semester awal hingga akhir dalam menempu mata kuliah.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, khususnya dosen rumpun Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Papa dan mama serta keluarga penulis yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
9. Untuk Seling Nur Praduwana yang selalu mendukung, membantu, mendoakan dan memberikan semangat selama penulisan tugas akhir skripsi kepada penulis.
10. Untuk teman-teman keluarga beringin dan Borgol serta teman-teman lainnya yang sudah membantu dan mensupport saya dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir.
11. Untuk para responden yang sudah berkenan membantu mengisi kuesioner.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas doa, dukungan, tenaga, waktu, perhatian, dan kritik yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada pada penulisan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis menerima segala saran dan kritik yang membangun agar penulisan Tugas Akhir ini menjadi sempurna. Akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 16 Juni 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
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
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	8
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 <i>Brand Image</i> .....	9
2.1.2 <i>Quality Product</i> .....	11
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	12
2.1.4 <i>Repurchase Intention</i> .....	14
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	16
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	16
2.3.2 Pengaruh <i>Quality Product</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ....	16
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase</i> <i>Intention</i> .....	17
2.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	17
2.3.5 Pengaruh <i>Quality Product</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ....	18
2.3.6 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.3.7 Pengaruh <i>Quality Product</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	20
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	21
2.5 Model Penelitian .....	21
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian .....	22



3.2	Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel .....	22
3.2.1	Identifikasi Variabel .....	22
3.2.2	Definisi Operasional Variabel .....	22
3.2.3	Pengukuran Variabel .....	27
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	28
3.3.1	Jenis Data .....	28
3.3.2	Sumber Data .....	28
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	28
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan .....	28
3.5.1	Populasi .....	28
3.5.2	Sampel .....	29
3.5.3	Teknik Penyampelan .....	29
3.6	Analisis Data .....	30
3.6.1	Uji Validitas .....	30
3.6.2	Uji Reabilitas .....	30
3.6.3	Uji Normalitas Data .....	31
3.6.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	31
3.6.5	Uji Kecocokan Model Struktural .....	32
3.6.6	Uji Hipotesis .....	32
 BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum dan Objek Penelitian .....	33
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	33
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	33
4.2.	Deskripsi Data .....	34
4.2.1.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	34
4.2.2.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Quality Product</i> .....	35
4.2.3.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	36
4.2.4.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	37
4.3.	Hasil Analisis Data .....	38
4.3.1.	Uji Normalitas .....	38
4.3.2.	Uji Validitas .....	39
4.3.3.	Uji Realibilitas .....	40
4.3.4.	Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	42
4.3.5.	Uji Kecocokan Model Struktural .....	43
4.3.6.	Pengujian Hipotesis .....	44
4.4.	Pembahasan .....	45
4.4.1.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	46
4.4.2.	Pengaruh <i>Quality Product</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ....	46
4.4.3.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	47
4.4.4.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	48
4.4.5.	Pengaruh <i>Quality Product</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ....	49
4.4.6.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	50
4.4.7.	Pengaruh <i>Quality Product</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	

melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	51
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan .....	52
5.2. Saran .....	54
5.2.1. Saran Akademik .....	54
5.2.2. Saran Praktis .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Distribusi Penjualan Motor Baru Anggota AISI 2019 .....	2
Tabel 1.2 Data Motor Honda Terlaris .....	4
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang ...	15
Tabel 4.1 Usia Responden .....	33
Tabel 4.2 Pekerjaan Responden .....	33
Tabel 4.3 Interval Rata-rata Variabel Penelitian .....	34
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	34
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Quality Product</i> .....	35
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	36
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	37
Tabel 4.8 Hasil <i>Univariate Normality</i> .....	38
Tabel 4.9 Hasil <i>Multivariate Normality</i> .....	39
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian .....	39
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i> .....	40
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas <i>Quality Product</i> .....	41
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	41
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas <i>Repurchase Intention</i> .....	42
Tabel 4.15 Pengujian Model Fit .....	42
Tabel 4.16 Pengujian Hipotesis .....	44

## **DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Baru Domestik Indonesia Januari Februari 2019 .....	3
Gambar 2.1 Rerangka Penelitian .....	21

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 Uji Normalitas
- Lampiran 6 Uji Validitas
- Lampiran 7 Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Structural Equation Model
- Lampiran 9 Path Diagram

## ABSTRAK

Manusia dapat mempermudah melakukan aktivitasnya dengan menggunakan alat transportasi. Dari beberapa model alat transportasi, sepeda motor salah satu alat transportasi yang sering digunakan oleh manusia. Di Indonesia penggunaan motor digemari oleh banyak masyarakat karena sepeda motor mempunyai harga yang relatif murah sehingga terjangkau bagi semua kalangan. Persaingan ketat para produsen motor skuter matik di Indonesia tak dapat dihindari.

Penelitian ini bertujuan menguji apakah *Brand Image* dan *Quality Product* dapat mempengaruhi *Repurchase Intention*, baik secara langsung maupun melalui *Customer Satisfaction*. Objek penelitian ini pelanggan Honda Beat di Surabaya. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 175 sampel dengan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Honda Beat di Surabaya. Teknik analisis data menggunakan SEM dengan *software* LISREL.

Hasil penelitian menunjukkan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Quality Product* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*, *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*, *Quality Product* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*, *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction*, *Quality Product* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada Honda Beat di Surabaya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti memberi saran kepada pihak manajemen Honda Beat agar lebih memperhatikan kualitas produk dan citra merek agar pelanggan dapat merasa puas dan melakukan pembelian kembali di masa depan.

**Kata kunci:** *Brand image, quality product, customer satisfaction, repurchase intention*

***The Effect of Brand Image and Quality Product on Repurchase Intention  
Through Customer Satisfaction Honda Beat in Surabaya***

**ABSTRACT**

Humans can facilitate their activities by using transportation. Of the several models of transportation, motorcycles are one of the transportation tools that are often used by humans. In Indonesia, the use of motorcycles is favored by many people because motorcycles have relatively cheap prices so that they are affordable for all people. Tight competition from automatic motor scooter manufacturers in Indonesia is inevitable.

This study aims to examine whether Brand Image and Product Quality can affect Repurchase Intention, both directly and through Customer Satisfaction. The object of this research is Honda Beat customers in Surabaya. The research sample used was 175 samples with a purposive sampling technique. The data used are primary data obtained by distributing questionnaires to Honda Beat customers in Surabaya. Data analysis techniques using SEM with LISREL software.

The results showed that Brand Image has a significant effect on Customer Satisfaction, Product Quality has a significant effect on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction has an effect on Repurchase Intention, Brand Image has a significant effect on Repurchase Intention, Product Quality has a significant effect on Repurchase Intention, Brand Image has a significant effect on Repurchase Intention through Customer Satisfaction, Product Quality has a significant effect on Repurchase Intention through Customer Satisfaction at Honda Beat in Surabaya. Based on the research conducted, researchers advise the management of Honda Beat to pay more attention to product quality and brand image so that customers can feel satisfied and make repurchases in the future.

***Keywords:*** *Brand image, quality product, customer satisfaction, repurchase intention*