

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK
DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
PADA PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA
(Studi Kasus Pengguna Sepeda Motor Honda
Di Universitas Pelita Bangsa)**

SKRIPSI



**OLEH:
AGUNG PURNAMA PEBRIYAN
NIM: 112011028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK
DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
PADA PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA
(Studi Kasus Pengguna Sepeda Motor Honda
Di Universitas Pelita Bangsa)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



**OLEH:
AGUNG PURNAMA PEBRIYAN
NIM: 112011028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Agung Purnama Pebriyan

NIM : 112011028

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Sepeda Motor Honda. (Studi Kasus Pada Pengguna Sepeda Motor Merek Honda Di Universitas Pelita Bangsa)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 30 Juli 2024
Pembimbing,



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc

NIDN: 0406068402

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA
MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PRODUK SEPEDA
MOTOR HONDA**

(Studi Kasus Pengguna Sepeda Motor Honda Di Universitas Pelita Bangsa)

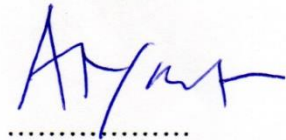
Dipersiapkan dan disusun oleh:
Agung Purnama Pebriyan
112011028

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,
Kuwat Riyanto, S.E., M.M., D.B.A.
NIDN: 0417087905

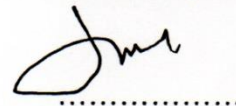
Tanda Tangan



.....

Anggota Penguji
Drs. Imam Sucipto, M.M.
NIDN: 0405096403

Tanda Tangan



.....

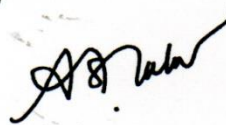
Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agung Purnama Pebriyan
NIM : 112011028
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi. 30 Juli 2024



Agung Purnama Pebriyan
NIM :112011028

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak akan membebani mereka melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”
(QS. Al-Baqarah: 286)

“Kebahagiaan dari hidupmu tergantung dari kualitas pikiranmu”
(Marcus Aurelius)

“Satu persatu selesai, segala hal dipermudah, hal baik berdatangan”
(Penulis)

Karya ini kupersembahkan untuk:

- Bapak Supiyan dan Ibu Susilawati selaku orangtua tercinta yang telah mengisi dunia ini dengan penuh kebahagiaan dan keberkahan, tak lupa juga Teh Ayuni, Ipong, Fadlan, Kekey selaku saudara/i yang telah menjadi motivasi untuk hidup yang lebih baik.
- Bapak/ibu dosen universitas pelita bangsa yang memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga dan berguna.
- Sahabat-sahabat terbaik yang selalu memberikan inspirasi, dorongan dan dukungan tak lupa juga mahasiswa/i angkatan 2020 Program Sarjana Manajemen Universitas Pelita Bangsa saya ucapkan terimakasih atas keakraban, diskusi, saran dan semangat yang diberikan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Pengguna Sepeda Motor Merek Honda Di Universitas Pelita Bangsa)”. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS., S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan proposal ini.
Sekaligus selaku ketua program studi manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB) Universitas Pelita bangsa.
2. Selaku Tim Penguji, terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya skripsi ini.
3. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa
4. Bapak Hamzah Muhammad Mardi Putra, S.KM., M.M.,D.B.A. sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
5. Bapak Burhanudin Jusuf Mardi Putra, S.E., M.A.B selaku Ketua Yayasan Universitas Pelita Bangsa
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian skripsi ini.

7. Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu Susilawati dan Bapak Supiyan yang merupakan orangtua yang selalu memberikan yang doa terbaiknya.
9. Teman - teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa, terima kasih atas partisipasi, diskusi, saran dan semangat yang diberikan.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis satu persatu yang telah banyak membantubaik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang

Bekasi, 30 Juli 2024

Agung Purnama Pebriyan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Loyalitas Merek	11
2.1.2 Kualitas Produk.....	14
2.1.3 Kepercayaan Merek.....	17
2.1.4 Citra Merek.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	27
2.3.1 Pengembangan Hipotesis.....	27
2.3.2 Model Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	32
3.1.1 Jenis Penelitian.....	32
3.1.2 Desain Penelitian	32
3.2 Tempat Penelitian.....	34
3.3 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	34
3.3.1 Definisi Operasional.....	34
3.3.2 Skala Pengukuran Variabel.....	38
3.4 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	39
3.4.1 Populasi.....	39
3.4.2 Sampel.....	40
3.5 Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data	41

3.5.1 Jenis Data.....	41
3.5.2 Sumber Data	41
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6 Metode Analisis Data	42
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.6.2 Asumsi Klasik	43
3.6.3 Uji Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Deskripsi Data dan Gambaran Umum Penelitian.....	46
4.1.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	49
4.2 Pembahasan	63
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Merek Motor dengan Penjualan Terlaris bulan Januari-Oktober 2023 ..	3
Tabel 1. 2 Perbandingan Penjualan Motor Honda di Pameran GIIAS.....	5
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 3. 2 Bentuk Skala <i>Likert</i>	39
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	50
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek (X2).....	50
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X3)	51
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek (Y).....	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 6 Hasil uji normalitas Kolmogorov- Smirnov	54
Tabel 4. 7 Hasil uji multikolinearitas	55
Tabel 4. 8 Hasil analisis uji glejser.....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji T	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji R ²	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik jumlah penjualan motor di Indonesia bulan Januari - November 2023.....	2
Gambar 1. 2 Penjualan Berdasarkan Kategori Motor Di Indonesia Tahun 2023....	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian	31
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	33
Gambar 4. 1 Data responden berdasarkan jenis kelamin	47
Gambar 4. 2 Data responden berdasarkan usia	48
Gambar 4. 3 Data responden berdasarkan tahun angkatan mahasiswa.....	48
Gambar 4. 4 Hasil uji normalitas histogram	53
Gambar 4. 5 Hasil uji normalitas p-p plot.....	53
Gambar 4. 6 Hasil uji heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. 1 Mapping Jurnal	73
Lampiran 2. 1 Karakteristik Responden.....	76
Lampiran 2. 2 Item Pernyataan	77
Lampiran 2. 3 Data Perolehan Kuisisioner	79
Lampiran 3. 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	90
Lampiran 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Merek.....	90
Lampiran 3. 3 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek	91
Lampiran 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek	91
Lampiran 3. 5 Hasil Uji Validitas Citra Merek	92
Lampiran 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	92
Lampiran 3. 7 Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek	93
Lampiran 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Merek	93
Lampiran 3. 9 Hasil Uji Normalitas	94
Lampiran 3. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	95
Lampiran 3. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
Lampiran 3. 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji T (Parsial) .	96
Lampiran 3. 13 Hasil Uji F (Simultan)	96
Lampiran 3. 14 Hasil Uji R ² (Koefisien Determinasi)	96
Lampiran 4. 1 Jumlah Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa	97
Lampiran 5. 1 Tabel - R	98
Lampiran 5. 2 Tabel - t	98
Lampiran 5. 3 Tabel – F	99

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND TRUST,
AND BRAND IMAGE ON BRAND LOYALTY
IN HONDA MOTORCYCLE PRODUCTS**

Agung Purnama¹,
Yunita Ramadhani²

ABSTRACT

As business develops today, challenges and competition to gain market share increase, companies must be able to effectively and efficiently strengthen the resources they have so that the company has a competitive advantage. Every business organization is expected to be able to maintain its market so that consumers remain loyal to a brand, including by providing good quality products, increasing trust and maintaining brand image. This research aims to determine the influence of product quality, brand trust and brand image on brand loyalty among Honda motorbike users at Pelita Bangsa University. The sampling technique used was taken from the population randomly using a sample size of 96 respondents and the distribution of questionnaires was carried out at Pelita Bangsa University. The type of research used is a quantitative approach that uses questionnaires for research instruments using a Likert scale. To test the hypothesis, researchers used primary data obtained from the results of distributing questionnaires via Google forms which were processed using SPSS 25. The research results can be seen from multiple linear regression analysis, the results of the T test and F test which prove that there is a positive and significant influence between product quality, brand trust and brand image simultaneously on Honda motorbike brand loyalty at Pelita Bangsa University.

Keywords: Product quality, brand trust, brand image, brand loyalty

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA

Agung Purnama¹,
Yunita Ramadhani²

ABSTRAK

Seiring berkembangnya bisnis saat ini, tantangan dan persaingan untuk mendapatkan pangsa pasar semakin meningkat, perusahaan harus mampu secara efektif dan efisien memperkuat sumber daya yang dimilikinya agar perusahaan memiliki keunggulan kompetitif. Setiap organisasi bisnis diharapkan mampu mempertahankan pasar yang dimilikinya agar konsumen tetap loyal terhadap sebuah merek termasuk dengan memberikan kualitas produk yang baik, meningkatkan kepercayaan dan menjaga citra merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek terhadap loyalitas merek pada pengguna motor Honda di Universitas Pelita Bangsa.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu diambil dari populasi secara acak dengan menggunakan jumlah sampel sebanyak 96 responden dan penyebaran kuisisioner dilaksanakan di Universitas Pelita Bangsa. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif yang memakai kuisisioner untuk instrumen penelitian dengan menggunakan *skala likert*. Untuk menguji hipotesis peneliti menggunakan data primer yang didapat dari hasil penyebaran kuisisioner melalui google formulir yang di olah dengan menggunakan SPSS 25.

Hasil penelitian dapat dilihat dari analisis regresi linear berganda, hasil uji T dan uji F yang membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek secara simultan terhadap loyalitas merek pengguna motor Honda di Universitas Pelita Bangsa .

Kata kunci: Kualitas produk, kepercayaan merek, citra merek, loyalitas merek