

**PENGARUH KEPUASAN DAN CITRA MERK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA DEALER
HONDA AMARTA BEKASI**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

DEVI PUTRI N HUTAURUK

NIM:241.19.07399



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KEPUASAN DAN CITRA MERK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA DEALER
HONDA AMARTA BEKASI**

Oleh:

Nama	: DEVI PUTRI N HUTAURUK
NIM	: 241.19.07399
Jurusan	: Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 15 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Program Studi Manajemen

Aldi Friyatna Dira, S.E., M.M

Altatit Dianawati, S.Si., M.M

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KEPUASAN DAN CITRA MERK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA DEALER
HONDA AMARTA BEKASI**

Oleh:

Nama : DEVI PUTRI N HUTAURUK
NIM : 241.19.07399
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 15 Agustus 2023
Waktu : 14.30 - 15.30 Wib

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Penguji I : Dr (Cand) Eko Yuliawan, S.E., M.Si ()

Penguji II : Sugiharto, S.H., M.M. ()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., M.M

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DEVI PUTRI N HUTAURUK
NIM : 241.19.07399
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 1202046012990002
Alamat : Perum Grama Puri Persada Cikarang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Kepuasan Dan Citra Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dealer Honda Amarta Bekasi.
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non- Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 15 Agustus 2023

DEVI PUTRI N HUTAURUK

ABSTRAK

DEVI PUTRI N HUTAURUK. NIM 241.19.07399. Pengaruh Kepuasan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dealer Honda Amarta Bekasi.

Industri otomotif Indonesia terus menggeliat dan menunjukkan kondisi positif di tengah perekonomian dalam negeri yang melambat pada tahun ini. Hal ini ditandai dengan terus bertambahnya kuantitas kendaraan yang dimiliki masyarakat pada saat ini, khususnya industri sepeda motor sangat tampak perkembangannya, sepeda motor lahir dengan berbagai merek, model, tipe, warna, dan spesifikasi lainnya. Dengan perkembangan dunia usaha yang berkembang dengan sangat pesat, mengakibatkan konsep pemasaran pun turut berkembang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kepuasan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan di Dealer Honda Amarta Bekasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penilaian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *incidental sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 75 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 71,80% faktor-faktor loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kepuasan dan citra merek sedangkan sisanya 28,20% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel kepuasan dan citra merek secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} (95,399) > F_{tabel} (3,12)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (2,678)$ dan variabel citra merek menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (3,962)$ dimana $t_{tabel} (1,990)$ maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Dealer Honda Amarta Bekasi. Variabel yang dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan di Dealer Honda Amarta Bekasi adalah citra merek.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

DEVI PUTRI N HUTAURUK. NIM 241.19.07399. *The Influenced of Customer Satisfaction and Brand Image on Customer Loyalty at Honda Amarta Bekasi Dealers.*

The Indonesian automotive industry continues to stretch and shows positive conditions amid the domestic economy which has slowed this year. This is indicated by the continued increase in the quantity of vehicles owned by the community at this time, especially the motorcycle industry which is very visible, motorbikes are born with various brands, models, types, colors, and other specifications. With the development of the business world that is growing very rapidly, resulting in the marketing concept also developed.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of satisfaction and brand image on customer loyalty at Honda Bekasi Dealers. The type of research used is explanatory research with an assessment method in the form of collecting data using a questionnaire. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. The sample of selection was carried out by incidental sampling. The sample is 75 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test show that 71,80% of customer loyalty factors can be explained by satisfaction and brand image while the remaining 28,20% is explained by other factors not examined in this study. While the results of the F test indicate that simultaneously the variables of satisfaction and brand image simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty with the results of the analysis namely the value of $F_{count} (95,399) > F_{table} (3,12)$. The results of the t test show that the customer satisfaction variable shows the results of the t_{count} analysis (3,962) where $t_{table} (1,990)$ partially shows that both variables have a positive and significant effect on customer loyalty at the Honda Amarta Bekasi Dealers. The dominant variable influencing customer loyalty at Honda Amarta Bekasi Dealers is brand image.

Keywords: *Customer Satisfaction, Brand Image, Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya.

Penelitian dengan judul Pengaruh Kepuasan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dealer Honda Amarta Bekasi ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak yang memberi dukungan berupa bantuan tenaga dan pemikiran baik moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'I, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan cukup baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha memajukan jurusan ini hingga kini telah mendapatkan akreditasi B.
4. Bapak Aldi Friyatna Dira, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya jurusan Manajemen yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan baik.

7. Rekan-rekan mahasiswa Angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun.
8. Yang tercinta Bapak Lambas Hutaaruk serta Ibu Lamasi Manurung yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Kaka Leni Hutaaruk yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Nida, Rahma, Kristina, Hanifah, Hana, Wahyudin, Aldi dan teman-teman yang telah membantu memberikan dukungan dan support selama penulis melakukan penelitian ini.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, dimasa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan banyak terimakasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amin.

Depok, 15 Agustus 2023

Penulis,

DEVI PUTRI N HUTAURUK
NIM: 241190739

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Sistematika Penelitian	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Kepuasan Pelanggan	8
2.1.2. Citra Merek	11
2.1.3. Loyalitas Pelanggan	12
2.1.4. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	15
2.1.5. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	15
2.1.6. Pengaruh Kepuasan dan Citra Merek terhadap Loyalitas ..	16
2.2. Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Konseptual	18
2.4. Hipotesis.....	20
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.2. Jenis Penelitian.....	21
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.3.1. Populasi	22
3.3.2. Sampel.....	22
3.4. Teknik Pengumpulan Data	24
3.5. Defenisi Operasional Variabel	25
3.5.1. Variabel Bebas	25
3.5.2. Variabel Terikat	27

3.6. Teknik Analisis Data.....	28
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran.....	29
3.6.2. Persamaan Regresi	30
3.6.3. Uji Kualitas Data.....	31
3.6.4. Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.5. Uji Hipotesis	35
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	39
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.2. Struktur Perusahaan	40
4.1.3. Uraian Tugas	43
4.2. Karakteristik Responden	45
4.2.1. Tanggapan Responden	46
4.2.2. Hasil Uji Kualitas Data	50
4.2.3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
4.2.4. Hasil Uji Hipotesis	56
4.3. Pembahasan.....	60
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran.....	62
 DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data AISI Tahun 2022	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	21
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	30
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	46
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	47
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Merek.....	48
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Loyalitas Pelanggan	49
Tabel 4.5. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	50
Tabel 4.6. Uji Validitas Variabel Citra Merek	51
Tabel 4.7. Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	51
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.9. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	53
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.11. Pendekatan Glejser.....	55
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4.13. Hasil Uji F	57
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4.15. Hasil Uji t.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	15
Gambar 2.2. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	15
Gambar 2.3. Pengaruh Kepuasan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas.....	16
Gambar 2.4. Kerangka Konseptual Penelitian	19
Gambar 4.1. Struktur Perusahaan.....	42
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas.....	53
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	66
Lampiran 2. Kuesioner.....	67
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	71
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	73
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	80
Lampiran 6. Riwayat Hidup.....	81
Lampiran 7. Tabel r, F dan t.....	82