

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS YANG DIRASA
TERHADAP LOYALITAS MEREK KONSUMEN SEPEDA MOTOR
SPORTS HONDAMEGAPRODI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



OLEH :
Achmad Irwansyah
2009210350

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2013**

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS YANG DIRASA
TERHADAP LOYALITAS MEREK KONSUMEN SEPEDA MOTOR SPORTS
HONDA MEGA PRO DI SURABAYA

Diajukan oleh :

Achmad Irwansyah

NIM:2009210350

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 27 Februari 2014


(Dr.Drs. Soni Marsono,M.si)

SKRIPSI
**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS YANG DIRASA
TERHADAP LOYALITAS MEREK KONSUMEN SEPEDA MOTOR
SPORTS HONDA MEGA PRO DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

Achmad Irwansyah

NIM:2009210350

Dipertahankan didepan Tim penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada Tanggal 18 Maret 2014

Tim Penguji

Ketua : **Drs. Irawan, M.M.**

Sekretaris : **Dr.Drs. Soni Harsono, M.si**

Anggota : **Drs. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH**



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Achmad Irwansyah
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 11 Agustus 1991
N.I.M : 2009210350
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
YANG DIRASATERHADAP LOYALITAS
MEREK KONSUMEN SEPEDA MOTOR
SPORTS HONDA MEGA PRO DI SURABAYA

Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Tanggal :27 Februari 2014



(Mellyza Silvi, S.EM.si)

Dosen Pembimbing

Tanggal :27 Februari 2014



(Dr.Drs. Soni Harsono,M.si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Hidayah dan Inayah-Nya, melalui ilmu-Nya yang Maha Luas dan tak terkira, sehingga Penelitian dengan judul **“Pengaruh citra merek, kualitas yang dirasa terhadap loyalitas merek konsumen sepeda motor sports Honda Megapro di Surabaya”** dapat terselesaikan. Peneliti bersyukur bahwa akhirnya proposal ini dapat diwujudkan dengan diiringi kesadaran bahwa segala keterbatasan masih terdapat dalam proposal ini yang masih perlu untuk dikoreksi. Kesadaran bahwa masih banyak sekali yang perlu untuk terus dikoreksi inilah yang menyebabkan penyelesaian proposal ini banyak mengalami hambatan. Namun hambatan-hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik, walaupun memerlukan waktu yang cukup lama.

Akhirnya, Peneliti berharap agar proposal ini dapat menjadi kontribusi positif. Berharap terdapat koreksi-koreksi yang membangun agar dapat melahirkan berbagai inovasi dan inspirasi kepada orang lain serta dapat memberikan kontribusi yang jauh lebih baik dari peneliti.

Surabaya, 27 Februari 2014

Peneliti

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PENDAHULUAN	4
1.1 Latar Belakang	4
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Praktis	7
1.4.2 Manfaat Teoritis	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	11
BAB III	8
METODE PENELITIAN	8
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Batasan Penelitian	19
3.3 Identifikasi Variabel	19
3.4. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	20
3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	24
3.6.1 Populasi.....	24
3.6.2 Sampel	25
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel	25
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	25
3.7.1 Jenis Data dan Sumber Data	25
3.7.2Metode Pengumpulan Data	25
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	26

Analisis Deskriptif	28
Analisis Statistik	28
3.9.2 Pengujian Hipotesis.....	28
BAB IV Gambaran Subyek Peneltian dan Analsis Data	29
4.1.1 karakteristik Responden Menurut Usia	30
4.1.2 Karakteristik Responden menurut Pendidikan Terakhir.....	31
4.2 Analisis Data	31
4.2.2 Uji Validitas.....	36
4.2.3 Uji Reabilitas	38
4.2.4 Regresi linear Berganda	39
4.3 Pengujian Hipotesis	31
4.3.1 Uji Simultan (Uji F)	41
4.3.2 Uji Parsial (UjiT).....	43
4.4 Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Keterbatasan Penelitian	52
5.3 Saran	52
DAFTAR RUJUKAN	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 – Persamaan Perbedaan Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 – Kisi-Kisi Kuesioner	22
Tabel 4.1 – Karakteristik Responden Menurut Usia	34
Tabel 4.4 – Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4.8 – Interval Kelas Variabel	31
Tabel 4.9 – Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel CM	34
Tabel 4.10 – Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel KD	35
Tabel 4.11 – Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel LM	36
Tabel 4.12 – Hasil Pengujian validitas sampel kecil	38
Tabel 4.18 – Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil.....	38
Tabel 4.20 – Hasil Perhitungan Persamaan Regresi	39
Tabel 4.21 – Koefisien Terminasi Simultan	41
Tabel 4.22 – Hasil Analisis Uji Simultan	42
Tabel 4.12 – Ringkasan Hasil UJ T	43

EFFECT BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY TO BRAND
LOYALTY CONSUMEN SPORTS MOTORCYCLE HONDA MEGA PRO IN
SURABAYA

Achmad Irwansyah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas

ABSTRACT

In recent years economic growth in Indonesia has been increasing. include well as consumer behavior is also evolving, lifestyle changes are the higher brain twisting Demand businesses to meet the desires and needs of the purpose of this study was to determine the effect of brand image, perceived quality on brand loyalty with multiple linear regression method in SPSS analytical tools to help

can result in the present study, there is a significant effect on brand image and perceived quality on brand loyalty in consumers motorcycles Honda mega pro sports, this study is located in Surabaya Indonesia

Keyword:*Brand Image, perchive quality, brand loyalty, Honda Mega pro*