

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, CITRA MEREK DAN  
KESADARAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK  
HONDA VARIO DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**NURUL SAFITRI**  
**NIM: 2013210360**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2017**

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, CITRA MEREK DAN  
KESADARAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK  
HONDA VARIO DI SURABAYA**

PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, CITRA MEREK DAN  
KESADARAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK HONDA  
VARIO DI SURABAYA

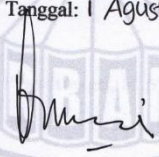
Disiapkan Oleh:

**NURUL SAFITRI**

**NIM: 2013210360**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diuji

Dosen Pembimbing  
Tanggal: 1 Agustus 2017

  
(Drs. Lindiawati, M.M)

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, CITRA MEREK DAN  
KESADARAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK HONDA  
VARIO DI SURABAYA

Disusun Oleh:

NURUL SAFITRI

NIM: 2013210360

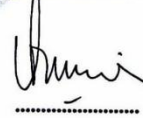
Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan Dinyatakan Lulus ujian skripsi  
pada tanggal 22 Agustus 2017

Tim Penguji:

**Ketua** : Dr. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psi.

**Sekretaris** : Dra. Lindiawati, M.M.

**Anggota** : Dr. Basuki Rachmat, SE., MM.



**PENGESAHAN SKRIPSI**

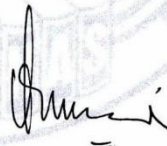
Nama : Nurul Safitri  
Tempat, Tanggal lahir : Lamongan, 4 Maret 1995  
N.I.M : 2013210360  
Program Studi : Manajemen  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul : Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Honda Vario di Surabaya.

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen, Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 29 September 2017 Tanggal : 29 September 2017



**(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)**



**(Dra. Lindiawati, M.M)**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### *Motto:*

**Jadilah kalah karena mengalah, bukan kalah karena menyerah.**

**adilah pemenang karena kemampuan, bukan menang karena**

**kecurangan.**

### *Persembahan:*

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang telah berjasa dalam setiap langkah dan pencapaian yang telah penulis buat. Terima kasih kepada:

- **Allah SWT**, tiada pertolongan kecuali dari-Nya, semua ilmu pengetahuan dan pencapaian ini adalah atas kehendak-Nya.
- **Nabi Muhammad SAW**, atas semua teladan. Shalawat serta salam selalu tertuju pada engkau.
- **Bapak Ngatemo Adi Sutrisno** dan **Ibu Harwati** sebagai sumber semangat Saya dalam mengerjakan skripsi ini serta **M. Arga Saputra** yang sudah mau membantu saya di warnet saat mencari data-data. Terima kasih atas doa dan dukungan yang tiada henti diberikan.
- **Kakak Imam Sutono, Mega Kartika Sari, Gito dan Sruning** sebagai bendahara Saya. Terima kasih kakaaaaak ☺
- **Ibu Dra. Lindiawati, M.M.** selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan senantiasa sabar dalam membimbing peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.
- **Ibu Dr. Dra. Wiwik Lestari, M.Si** selaku dosen wali.
- **Bapak/Ibu Dosen Penguji dan Pengajar serta Seluruh staff STIE Perbanas Surabaya**, yang telah memberikan ilmu, pembelajaran, serta inspirasi kepada seluruh anak didik dengan semangat pengabdian. Terima kasih banyak Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan.
- **Bapak Mulyan, Ibu Narti dan Bunda Khansa alias Bunda Memei** selaku keluarga dari Rina Oktavia Sari. Terima kasih sudah memperbolehkan Saya menginap di rumah untuk mengerjakan skripsi dan untuk bunda memei terima kasih sudah menjadi “guru” saat Saya mengerjakan skripsi.
- **Rina Oktavia Sari**, thengkyuuuu atas segala hal, sahabat suka duka, sampean pacen jempolan. Jodoh kita masih disimpan Tuhan, jadi sabar aja♥♥♥♥♥
- **Isti Saidah**, terima kasih atas semuanya beb dari perjuangan awal sampek akhir. Untuk **Suffy Rohana** terima kasih ya adikku wkwk ☺

- **CORONG (Rina Oktavia Sari, Rizky Ayu, Rizkika Putri, Stevani Sharon, Rizal Wicaksono)** terima kasih ya gengs atas doa dan supportnya. Love you gengs ♥
- **Tri Septyan Purwanto, Yogi Pratama, Abdillah Ohorella dan Joseph Kenny Sempak dan Virginia Novitasari.** Teman seperjuangan yang super duper mengagumkan.
- **SEGER WARAS SQUAD (Isti Saidah, Ajeng Arum, Rina Oktavia Sari, Febrinia Rachmasiam, Laily Farhana, Sridevi, Oktavia Maharani, Didin Mauluddin, Yusuf Fathoni, I Komang Ari)** terima kasih banyak gengs atas hari-hari yang indah saat mengerjakan skripsi. See you on Top! ♥♥
- **UKM Tae Kwon Do,** tempat bernaung sekaligus wadah pembelajaran berorganisasi. Tetap solid sampai kapanpun.
- **Anggota 5 CM (Nunik Agustina, Nanik Asroriyah, Rysca Safira, Indar Setia Ningrum, Putri Vivi, Nora, Isti Saidah dan Nia Zainiati)** terima kasih kakak senior yang selalu setia dari dulu ☺
- **Ibu peri Dyra Anggraini dan para cabeku Emilia Agustin, Aisa Darmayanti, Zumrotus Sholikhah** terima kasih ya rek, love love
- Anak-anak sebimbangan skripsi (**Meidina, Zein, Didin, Yusuf dan Mas Rama**) sampai bertemu di tempat bekerja nanti guys.
- **Denny Avian B.P** , Meski sesaat tetapi tetap berkesan. Terima kasih ya. Sampai bertemu lagi saat kita dipertemukan oleh Tuhan. ☺
- Untuk semuanya yang tidak bisa Saya sebutkan satu-satu, terima kasih banyaaaak dan semoga kita semakin sukses kedepannya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek dan Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Merek Honda Variodi Surabaya”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Penelitian ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh pendidikan Strata satu program studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M.Fin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T, selaku ketua program studi S1 Manajemen
3. Ibu Dr. Dra. Wiwik Lestari, M.Si selaku dosen wali
4. Ibu Dra. Lindiawati, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah mendukung dan mengarahkan dalam dalam proses penyelesaian penelitian, sehingga selesai dengan tepat waktu.

Akhir kata, peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Surabaya, 24 September 2017

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGAJUAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	14
2.3. Kerangka Pemikiran .....	24
2.4. Hipotesis Penelitian.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	26
3.2. Batasan Penelitian .....	26
3.3. Identifikasi Variabel .....	27
3.4. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....	27
3.5. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel .....	31
3.6. Instrumen Penelitian .....	32
3.7. Data Dan Metode Pengumpulan Data .....	34
3.8. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	35
3.9. Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>40</b>
4.1. Gambaran Subyek Penelitian Responden .....	40
4.2. Analisis Data .....	43
4.3. Pembahasan .....	61



<b>BAB V PENUTUP</b> .....	67
5.1. Kesimpulan .....	67
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	68
5.3. Saran .....	68

**DAFTAR RUJUKAN**  
**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 : Top Brand Award Sepeda Motor Matic	3
Tabel 2.1 : Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian saat Ini	13
Tabel 3.1 : Skala penilaian pernyataan	31
Tabel 3.2 : Kisi-kisi kuisioner	33
Tabel 4.1 : Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	40
Tabel 4.2 : Karakteristik responden berdasarkan usia	41
Tabel 4.3 : Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	41
Tabel 4.4 : Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	42
Tabel 4.5 : Hasil uji validitas	44
Tabel 4.6 : Hasil uji reliabilitas	45
Tabel 4.7 : Interval skala likert	46
Tabel 4.8 : Hasil tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan merek	47
Tabel 4.9 : Hasil tanggapan responden terhadap variabel citra merek	48
Tabel 4.10 : Hasil tanggapan responden terhadap variabel kesadaran merek	49
Tabel 4.11 : Hasil tanggapan responden terhadap variabel loyalitas merek	50
Tabel 4.12 : Hasil analisis uji normalitas	52
Tabel 4.13 : Hasil analisis uji multikolinearitas	53
Tabel 4.14 : Cara pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi	54
Tabel 4.15 : Hasil analisis uji autokorelasi	54
Tabel 4.16 : Durbin Watson uji autokorelasi	55
Tabel 4.17 : Hasil uji regresi linier berganda	56
Tabel 4.18 : Koefisien determinasi	58
Tabel 4.19 : Hasil analisis uji simultan (uji f)	59
Tabel 4.20 : Hasil analisis uji parsial (uji t)	60

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 : Kerangka pemikiran Kabadayi and Alan (2012)	9
Gambar 2.2 : Kerangka pemikiran Saeed <i>et al</i> (2013)	11
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Akhtar <i>et al</i> (2016)	12
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Nurul Safiti (2016)	24
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas	51

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Identitas Responden dan Tabulasi Data Sampel Kecil
- Lampiran 3 : Identitas Responden dan Tabulasi Data Sampel Besar
- Lampiran 4 : Hasil Uji Kriteria Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Tanggapan Responden
- Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Hasil Uji Analisis Statistik Regresi Linear Berganda



**THE INFLUENCE OF BRAND TRUST, BRAND IMAGE AND BRAND  
AWARENESS TO BRAND LOYALTY ON HONDA VARIO  
IN SURABAYA**

**Nurul Safitri**

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2013210360@students.perbanas.ac.id

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the influence of brand trust, brand image and brand loyalty to brand loyalty on Honda Vario in Surabaya. The sample in this study is the user of Honda Vario in Surabaya. The number of samples used in as many as 100 respondents obtained through questionnaires and using purposive sampling technique. The instrument of data collection using questionnaires with Likert scale that each have been tested and has fulfilled the validity and reliability requirements. Data analysis using multiple linear regression. The analysis tool used is SPSS version 16.0. The results of this study indicate that brand trust, brand image and brand awareness have positive and significant impact on brand loyalty simultaneously. The result of doubled linear regression analysis showed that brand trust variable had a significant positive effect on brand loyalty, brand image had positive effect not significant to brand loyalty, and brand awareness had a significant positive effect on brand loyalty.

**Keyword : Brand Trust, Brand Image, Brand Awareness, Brand Loyalty**

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, CITRA MEREK DAN  
KESADARAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
MEREK HONDA VARIO DI SURABAYA**

**Nurul Safitri**

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2013210360@students.perbanas.ac.id

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan merek, citra merek dan kesadaran merek terhadap loyalitas merek Honda Vario di Surabaya. sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Honda Vario di Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan pada sebanyak 100 responden yang diperoleh melalui kuesioner dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert yang masing-masing sudah diujicobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Alat analisis yang digunakan adalah program *SPSS* versi 16.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan merek, citra merek dan kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek secara simultan. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek, citra merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas merek, dan kesadaran merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek.

**Kata Kunci** : Kepercayaan Merek, Citra Merek, Kesadaran Merek, dan LoyalitasMerek