



**PENGARUH CITRA MEREK, KOMUNITAS  
DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP  
KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP  
LOYALITAS MEREK PENGGUNA SEPEDA MOTOR  
HONDA VARIO DI KABUPATEN KUDUS**

**OLEH :**

**ELZA NURMAHENDRA MUHAMMAD**

**NIM. 2015-11-068**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2019**

**PENGARUH CITRA MEREK, KOMUNITAS  
DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN SERTA  
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS MEREK PENGGUNA SEPEDA  
MOTOR HONDA VARIO DI KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Pengudi Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 26 februari 2020

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

**DINA LUSIANA, SE, MM, AAK**  
NIDN. 0630098401

Pembimbing I

**Drs. H. M. MASRURI, MM**  
NIDN. 0601085601

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Drs. H. MOETAMAD EDRIS, Drs, MM**  
NIDN. 0018066201

Pembimbing II

**IWAN SUROSO, SE, MM**  
NIDN. 0603077701

**MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**Dengan kembali bertaubat kepada-Nya dan bertakwalah kepada-Nya  
serta dirikanlah shalat dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang  
mempersekuatkan Allah**

(Al-Qur'an, Ar Rumm ayat 31)

**Bacalah atas nama Tuhanmu  
yang telah menciptakan Al Qur'an.**

(Al-Alaq :1)



- 1. Kedua orang tuaku tercinta**
- 2. Istri**
- 3. Teman-teman**
- 4. Almamater UMK**

## KATA PENGANTAR

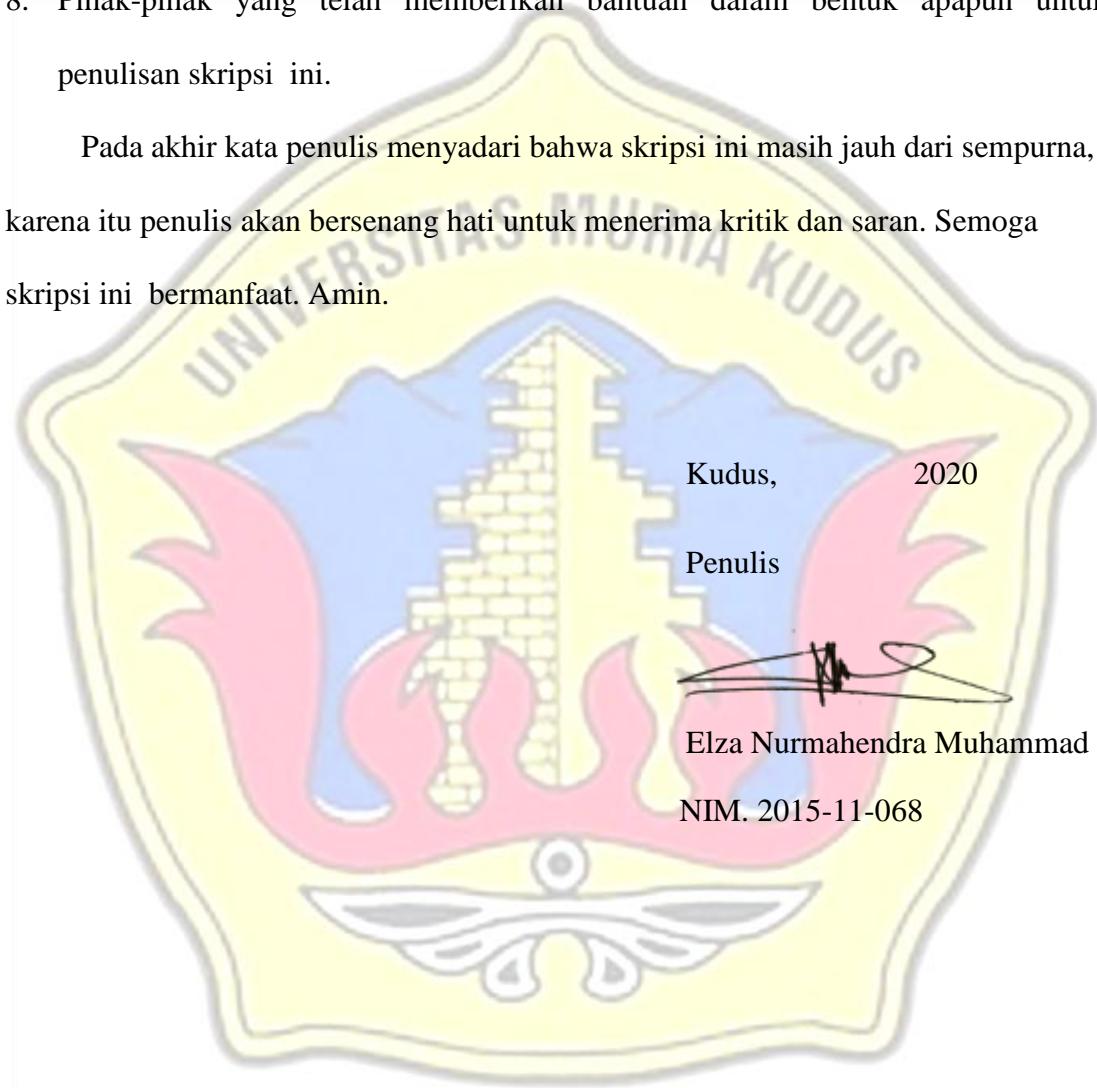
Puji syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **PENGARUH CITRA MEREK, KOMUNITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS MEREK PENGGUNA SEPEDA MOTOR HONDA VARIO DI KABUPATEN KUDUS.** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Dalam kesempatan pula penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis selama penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dina Lusianti, SE, MM, AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberi ijin penelitian.
3. Bapak Drs. H M. Masruri, MM. selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesaiya skripsi ini
4. Bapak Iwan Suroso, SE, MM, selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesaiya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.

6. Karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.
7. Bapak dan ibu serta keluargaku tercinta yang telah memberikan dukungan dan semangat.
8. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk penulisan skripsi ini.

Pada akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis akan bersenang hati untuk menerima kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat. Amin.



## ABSTRAK

### PENGARUH CITRA MEREK, KOMUNITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS MEREK PENGGUNA SEPEDA MOTOR HONDA VARIO DI KABUPATEN KUDUS

Elza Nurmahendra Muhammad  
NIM. 2015-11-068

Dosen Pembimbing 1. Drs. H M. Masruri, MM  
2. Iwan Suroso, SE, MM

Penelitian ini mempunyai tujuan menganalisis citra, komunitas, dan kepercayaan merek terhadap kepuasan dampaknya terhadap loyalitas merek sepeda motor Honda Vario di Kabupaten Kudus. Jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif. Sampel diambil sebanyak 98 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan uji hipotesis (*t*) dan jalur path. Berdasarkan hasil analisis menyebutkan bahwa citra, komunitas, dan kepercayaan merek berpengaruh secara positif sifnifikan terhadap kepuasan. Citra merek, komunitas, dan kepercayaan merek berpengaruh secara positif sifnifikan terhadap loyalitas merek. Kepuasan mempengaruhi loyalitas merek secara positif pada pengguna sepeda motor Honda Vario di Kabupaten Kudus.

Kata kunci : citra merek, komunitas, kepercayaan merek, kepuasan, loyalitas merek.

## ABSTRACT

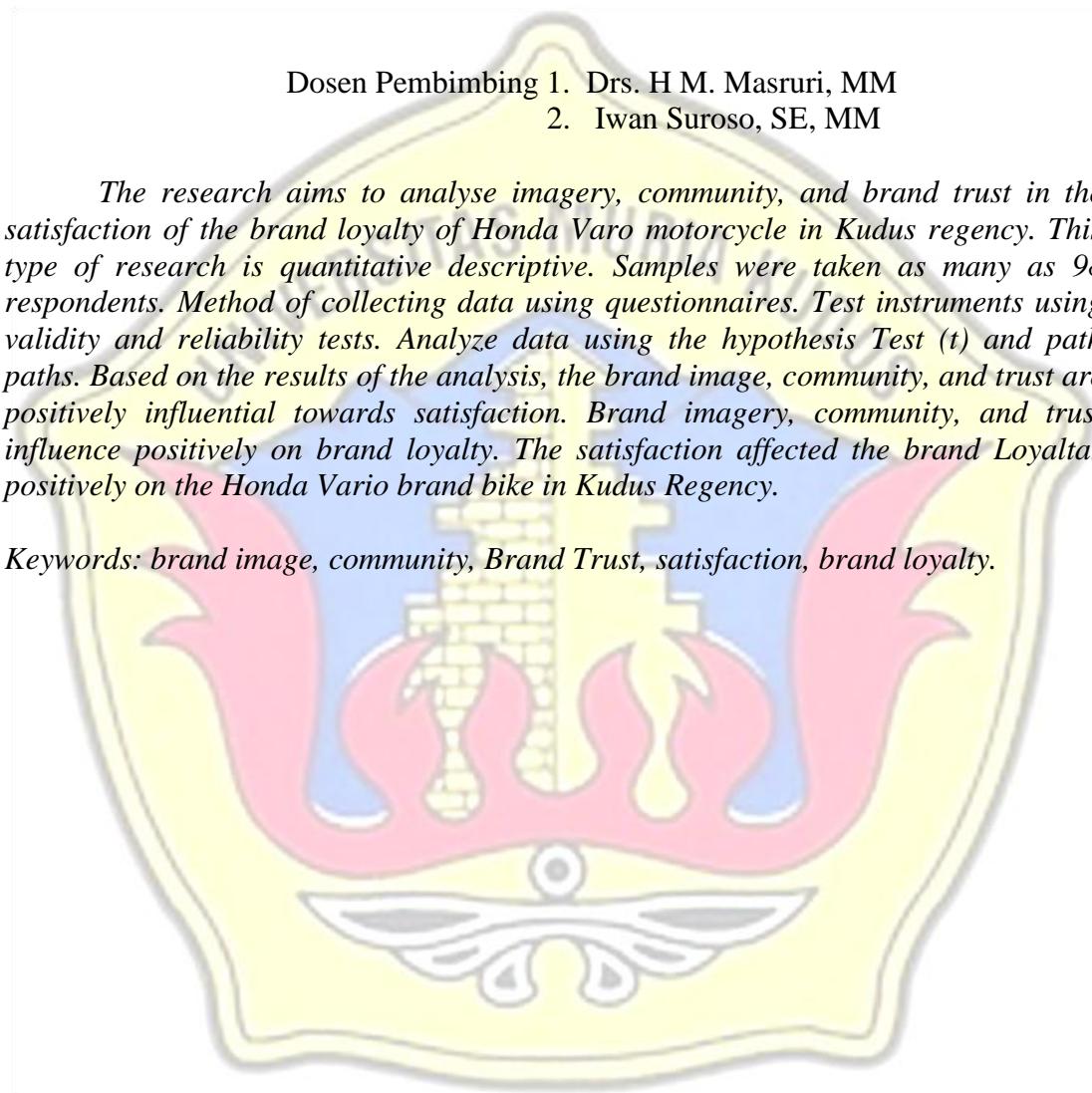
### *EFFECT OF BRAND IMAGE, COMMUNITY AND BRAND TRUST IN THE SATISFACTION AND IMPACT ON THE BRAND LOYALTY OF HONDA VARIO MOTORCYCLE IN KUDUS REGENCY*

Elza Nurmahendra Muhammad  
NIM. 2015-11-068

Dosen Pembimbing 1. Drs. H M. Masruri, MM  
2. Iwan Suroso, SE, MM

*The research aims to analyse imagery, community, and brand trust in the satisfaction of the brand loyalty of Honda Vario motorcycle in Kudus regency. This type of research is quantitative descriptive. Samples were taken as many as 98 respondents. Method of collecting data using questionnaires. Test instruments using validity and reliability tests. Analyze data using the hypothesis Test (t) and path paths. Based on the results of the analysis, the brand image, community, and trust are positively influential towards satisfaction. Brand imagery, community, and trust influence positively on brand loyalty. The satisfaction affected the brand Loyaltas positively on the Honda Vario brand bike in Kudus Regency.*

*Keywords:* brand image, community, Brand Trust, satisfaction, brand loyalty.



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO .DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I. PENDAHULUAN .</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	4
1.3. Perumusan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA ..</b>	<b>6</b>
2.1. Citra Merek .....	7
2.2. Komunitas .....	10
2.3. Kepercayaan Merek .....	18
2.4. Kepuasan Konsumen .....	21
2.5. Loyalitas Merek .....	24
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	28
2.7. Kerangka Pemikiran .....	36
2.8. Hipotesis .....	36
<b>BAB. III. METODE PENELITIAN ..</b>	<b>38</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	38
3.2. Variabel Penelitian.....	38
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	43
3.4. Populasi dan Sampel .....	44
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	45
3.6. Pengolahan Data .....	45
3.7. Uji Instrumen .....	46

3.8. Analisis Data .....	51
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	58
4.2. Penyajian Data .....	63
4.3. Analisis Data .....	70
4.4. Pembahasan .....	82
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>89</b>
5.1. Kesimpulan .....	89
5.2. Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1. Data Penjualan 5 besar jenis sepeda motor matik pada tahun 2019	3
Tabel 2. .....	44
Tabel 3.1. Tabel Z (Penentuan Sampel) .....	48
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Citra Merek .....	48
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Kuesioner Komunitas .....	49
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kepercayaan Merek .....	49
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kepuasan Konsumen .....	50
Tabel 3.6. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Loyalitas Merek ....	51
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Kuesioner Reliabilitas .....	63
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Usia .....	65
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	66
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Citra Merek.....	67
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Komunitas .....	68
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Kepercayaan Merek .....	69
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen .....	70
Tabel 4.9. Frekuensi Variabel Loyalitas Merek .....	71
Hasil Analisis Regresi Berganda, Uji Modal dan Uji t .....	

**DAFTAR GAMBAR****Halaman**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	35
--	----

