



**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PRODUK SEPEDA
MOTOR MEREK HONDA VARIO STUDI KASUS
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

DEA NOVYANA

NIM. 2016-11-077

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA VARIO
STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

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

Tanggal 26 Agustus 2020

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



DINA LUSIANTI, SE, MM, AAK
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



Dr. Drs. AG. SUNARNO H, SH, S.Pd, MM
NIDN. 0026065516

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



NOOR AZIS, SE, MM
NIDN. 0609107501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

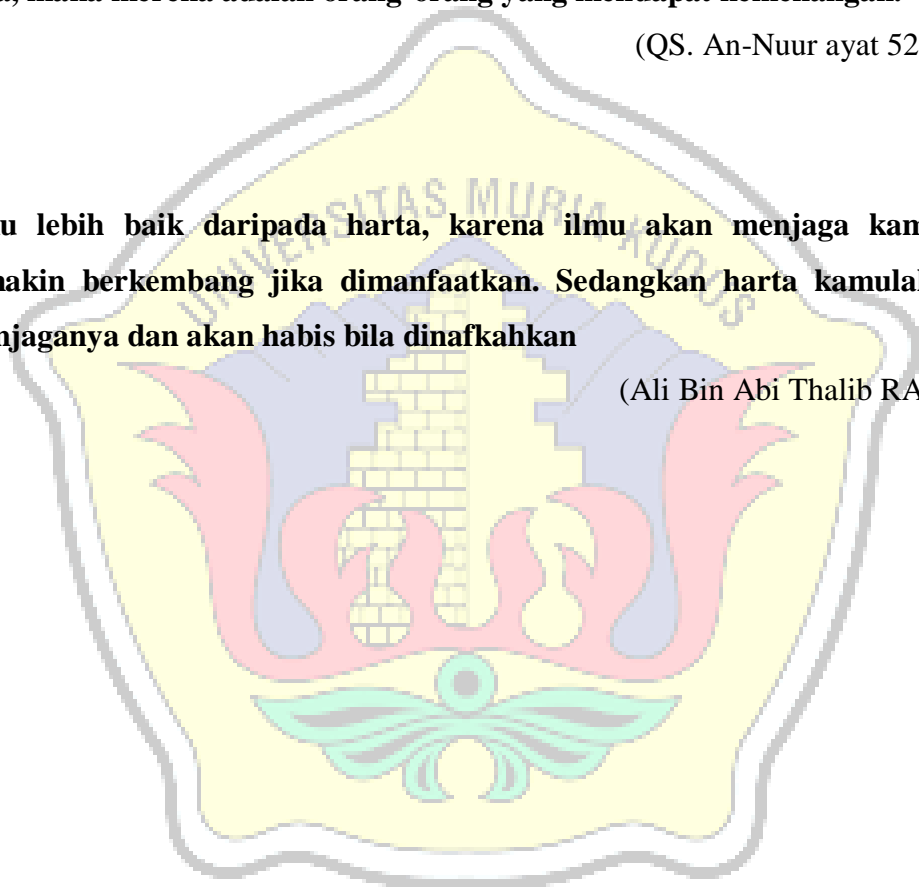
MOTTO :

1. **Barang siapa yang taat kepada Allah dan Rasul-Nya dan bertaqwa kepada-Nya, maka mereka adalah orang-orang yang mendapat kemenangan.**

(QS. An-Nuur ayat 52)

2. **Ilmu lebih baik daripada harta, karena ilmu akan menjaga kamu dan semakin berkembang jika dimanfaatkan. Sedangkan harta kamulah yang menjaganya dan akan habis bila dinafkahkan**

(Ali Bin Abi Thalib RA)



Kupersembahkan Kepada :

1. Kedua orangtuaku tercinta
2. Teman-teman
3. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas semua rahmat dan karunia-Nya yang telah mengijinkan penulis menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir program studi Manajemen Universitas Muria Kudus, dengan judul **PENGARUH INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA VARIO STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS**. Penulis sangat merasakan besarnya karunia Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran di tengah keterbatasan penulis dalam menyusun skripsi ini. Di samping itu bantuan dan dorongan dari berbagai pihak telah memungkinkan selesainya tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UMK.
2. Dina Lusianti, SE, MM, AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK yang telah menyetujui penulisan skripsi ini
3. Dr. Drs. Ag. Sunarno, SH, S.Pd, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Noor Azis, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.

Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limbahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, karena ini semua disebabkan keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan kemampuan penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.

Amien.



ABSTRAK

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI PADA PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA VARIO STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS)

DEA NOVYANA
NIM 2016-11-077

Pembimbing I. Dr. Drs. AG. SUNARNO H, SH, S.Pd, MM
II. NOOR AZIS, SE, MM

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Inovasi Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Produk Sepeda Motor Merek Honda Vario Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus). Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Jenis dan sumber data adalah data primer yang bersumber dari kuesioner. Populasi adalah konsumen merek Honda Vario sampai diambil sebanyak 140 mahasiswa yang memakai Honda Vario lebih dari 2 tahun. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Uji instrument menggunakan convergen validity dan constrect reliability. Pengolahan data menggunakan *scoring, editing*, proses input ke komputer. Analisis data menggunakan SEM AMOS. Hasil analisis menyimpulkan bahwa secara langsung variabel inovasi produk, citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas merek. Secara tidak langsung variabel kepuasan terbukti sebagai variabel *intervening* antara inovasi produk terhadap loyalitas merek. Pengaruh tidak langsung belum terbukti sebagai variabel *intervening* pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek.

Kata Kunci : Inovasi produk dan citra merek, loyalitas merek, kepuasan.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION AND BRAND IMAGE TOWARDS BRAND LOYALTY WITH A VARIABLE OF INTERVENING (STUDY ON MOTORCYCLES PRODUCTS HONDA VARIO BRAND CASE STUDY ON STUDENTS UNIVERSITY MURIA KUDUS)

DEA NOVYANA
NIM 2016-11-077

ADVISOR I. Dr. Drs. AG. SUNARNO H, SH, S.Pd, MM
ADVISOR II. NOOR AZIS, SE, MM

This research aims to analyze the influence of product innovation and brand image towards brand loyalty with the fulfillment of a variable Intervening (study on motorcycle products brand Honda Vario case studies on students of the Kudus Muria University). This type of research is quantitative descriptive. Data types and sources are primary data sourced from questionnaires. The population is a consumer of Honda Vario Sampal taken as many as 140 students who wear Honda Vario more than 2 years. Data collection using questionnaires and documentation. Test instruments using Convergen validity and constrict reliability. Data processing uses scoring, editing, input processing to the computer. Data analysis using SEM AMOS. The results of the analysis concluded that directly variable product innovations, brand image has a significant positive effect on consumer satisfaction and brand loyalty. An indirect satisfaction variable is proven as a intervening variable between product innovations to brand loyalty. Indirect influence has not been proven as a intervening variable of brand image influence towards brand loyalty.

Keywords: product innovation and brand image, brand loyalty, satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO .DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I. PENDAHULUAN .	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Perumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Inovasi Produk	8
2.2. Citra Merek	11
2.3. Kepuasan Konsumen	19
2.4. Loyalitas Merek.....	22
2.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu	26
2.6. Pengaruh Antar Variabel	32
2.7. Kerangka Teoritis	37
2.8. Hipotesis	38
BAB. III. METODE PENELITIAN	39
3.1. Rancangan Penelitian	39
3.2. Variabel Penelitian	39
3.3. Jenis dan Sumber Data	42
3.4. Populasi dan Sampel	43
3.5. Pengumpulan Data	44
3.6. Uji Instrumen Data	44
3.7. Pengolahan Data	45
3.8. Analisis Data	46
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	58
4.2. Uji Instrumen Penelitian	67
4.3. Analisis Data	70
4.4. Pembahasan	89
4.5. Pembahasan	97
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1. Kesimpulan	97
5.2. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data penjualan 5 Besar Jenis sepeda Motor Matik pada tahun 2019	3
4.1. Data Responden	63
4.2. Deskripsi Variabel Inovasi Produk (X1)	64
4.3. Frekuensi Variabel Citra Merek (X2)	65
4.4. Frekuensi Variabel Variabel Kepuasan (X3)	66
4.5. Frekuensi Variabel Loyalitas Merek	63
4.6. Uji Validitas Variabel Inovasi Produk	68
4.7. Uji Validitas Variabel Citra Merek	68
4.8. Uji Validitas Variabel Kepuasan	69
4.9. Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek	69
4.10. Uji Construk Reliability	70
4.11. Uji Model Goodness of Fit Variabel Eksogen	72
4.12. Analisis Faktor Konfirmatory Konstruk Eksogen	73
4.13. Uji Model Goodness of Fir Variabel eksogen	75
4.14. Analisis Faktor Konfirmatory Konstruk eksogen	76
4.15. Uji Model Goodnes of Fit Variabel Endogen	75
4.16. Analisis Faktor Konfirmatory Konstruk endogen	76
4.17. Uji Model Goodnes of Fir Variabel Endogen	78
4.18. Hasil Analisis Konfirmatory Keseluruhan Konstruk	79
4.19. Uji Normalitas	80
4.20. Analisis Outliers	82
4.21. Uji Model Goodnes of Fir Variabel Peneliiian	83
4.22. Uji Hipotesis	84
4.23. Hasil Estimasi Direct Effect	87
4.24. Hasil Estimasi Indirect Effect dan Total Effect	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	37
4.1. Pengujian Konfirmatory Eksogen.....	72
4.2. Pengujian Konfirmatory Endogen.....	74
4.3. Konfirmatory Full Model	77

