



**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA PRODUK YAMAHA N MAX DI KABUPATEN
KUDUS**

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

Oleh :

TEGUH ADI SUPRIYO

NIM. 2014-11-153

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK YAMAHA N MAX
DI KABUPATEN KUDUS**

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

Kudus, 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

DINA LUSIANTI, SE, MM, AAK
NIDN. 0630098401

Pembimbing I

SUTONO, SE, MM, Ph.D
NIDN. 0626017003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Drs. H. M. ZAINURI, MM
NIDN. 0615076031

Pembimbing II

MIA AJENG ALIFJANA, SE, MBA
NIDN 0601058303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Barang siapa diuji lalu bersabar, diberi lalu bersyukur,
didzalimi lalu dimaafkan dan berbuat dzalim lalu istiqfar maka
keselamatan dan merekalah orang-orang yang memperoleh hidayah
(H. R. AL Baihagi)



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN DESAIN PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK YAMAHA N MAX DI KABUPATEN KUDUS** dapat penulis selesaikan. Skripsi ini disusun untuk sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis dapat membimbing dan bantuan yang berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Dina Lusianti, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan ijin penelitian.
3. Sutono, SE, MM, Ph.D selaku dosen pembimbing 1 atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
4. Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA selaku dosen pembimbing 2 atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

5. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang juga banyak memberikan dorongan sumbangan tenaga dan pikiran serta doa, sehingga tersusunnya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mohon para pembaca memberikan kritik dan saran sebagai bahan masukan penulis. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat Amin.



Kudus,

2021

Peneliti

Teguh Adi Supriyo

NIM. 2014-11-153

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN DESAIN PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK YAMAHA N MAX DI KABUPATEN KUDUS

TEGUH ADI SUPRIYO

NIM. 2014-11-153

Pembimbing 1. SUTONO, SE., MM, Ph.D
2. MIA AJENG ALIFIANA, SE, MBA

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini bertujuan menganalisis Pengaruh *Brand Image* dan Desain Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Produk Yamaha N Max Di Kabupaten Kudus. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengolahan data menggunakan scoring, editing, tabulasi. Uji instrument menggunakan uji validitas, reliabilitas. Analisis data menggunakan SEM AMOS. Hasil analisis menunjukkan bahwa brand image berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Desain produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, brand image berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Desain produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Brand Image, desain produk, desain produk, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT DESIGN ON CUSTOMER LOYALTY WITH SATISFACTION AS VARIABLE INTERVENING ON YAMAHA N MAX PRODUCTS IN KUDUS REGENCY

TEGUH ADI SUPRIYO

NIM. 2014-11-153

*Advisor 1. SUTONO, SE., MM, Ph.D
2. MIA AJENG ALIFIANA, SE, MBA*

***UNIVERSITY OF MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
PROGRAM STUDY OF MANAGEMENT***

This study aims to analyze the Influence of Brand Image and Product Design on Consumer Loyalty with Satisfaction As Intervening Variables on Yamaha N Max Products In Kudus District. Data collection using questionnaires. Data processing using scoring, editing, tabulation. Instrument test using validity, reliability test. Data analysts use SEM AMOS. The results of the analysis showed that brand image has a significant positive effect on consumer loyalty. Product design has a positive effect on consumer loyalty, brand image has a significant positive effect on customer satisfaction. Product design has a significant positive effect on consumer satisfaction. Consumer satisfaction has a significant positive effect on consumer loyalty.

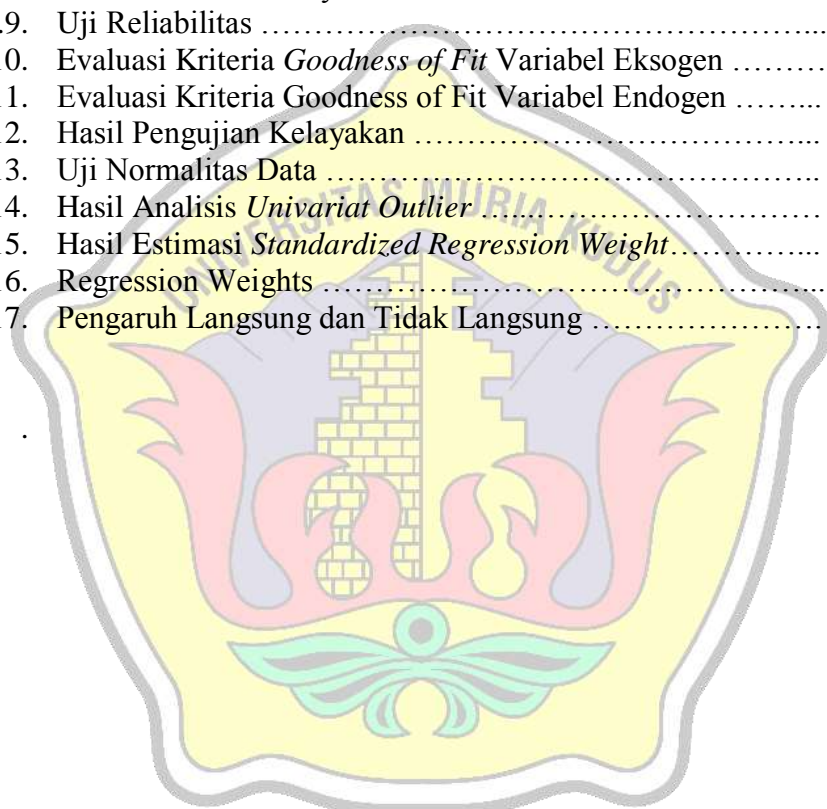
Keywords: Brand Image, product design, product design, customer satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	6
1.3. Rumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Brand Image	9
2.2. Desain Produk	14
2.3. Kepuasan Konsumen	18
2.4. Loyalitas Konsumen	20
2.5. Pengaruh Antar Variabel	29
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis	35
BAB. III. METODE PENELITIAN	37
3.1. Rancangan Penelitian	37
3.2. Variabel Penelitian.....	37
3.3. Jenis dan Sumber Data	40
3.4. Populasi dan Sampel	39
3.5. Pengumpulan Data	41
3.6. Pengolahan Data	41
3.7. Uji Instrumen Data	42
3.8. Analisis Data	44
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	50
4.2. Penyajian Data	52
4.3. Analisis Data	60
4.4. Pembahasan	78
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1. Kesimpulan	87
5.2. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. To Brand Index	4
1.2. Kelebihan dan Kekurangan Sepeda Motor N Max	4
4.1. Data Respondn	52
4.2. Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	53
4.3. Deskripsi Variabel Desain produk	54
4.4. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y_1)	55
4.5. Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen (Y_2)	56
4.6. Uji Validitas	57
4.7. Uji AVE	58
4.8. Discriminant Validity	59
4.9. Uji Reliabilitas	60
4.10. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen	63
4.11. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Variabel Endogen	65
4.12. Hasil Pengujian Kelayakan	67
4.13. Uji Normalitas Data	70
4.14. Hasil Analisis <i>Univariat Outlier</i>	71
4.15. Hasil Estimasi <i>Standardized Regression Weight</i>	73
4.16. Regression Weights	74
4.17. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	77



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Kerangka Pikir Teoritis	35
4.1. Konstruk Variabel Eksogen	62
4.2. Konstruk Variabel Endogen	64
4.3. Konstruk Full Measurement	66
4.4. Konstruk Full Measurement Revisi	66
4.5. Struktur Equation Full Model	72

