



**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA SEPEDA
MOTOR HONDA BEAT DI DESA LORAM WETAN KUDUS**

Oleh:

WAHYU LESTARI NINGSIH

NIM. 201711203

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



**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA SEPEDA
MOTOR HONDA BEAT DI DESA LORAM WETAN KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S 1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh:

WAHYU LESTARI NINGSIH

NIM. 201711203

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

**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA SEPEDA
MONTOR HONDA BEAT DI DESA LORAM WETAN KUDUS**

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

Tanggal 26 Agustus 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Mokhamad Arwani, SE.,MM
NIDN. 0610057804

Agung Subono, SE.,M.Si
NIDN. 0520017602

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Dina Lusianti., SE., MM.,AAK
NIDN. 06300984

**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PENGGUNA SEPEDA MONTOR HONDA BEAT DI DESA
LORAM WETAN 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

Pembimbing I

(Dina Lusianti, SE, MM, AAK)
NIDN. 0630098401

(Dr. Mokhamad Arwani, SE.,MM)
NIDN.0610057804

Mengetahui,

Plt Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II

(Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N.)
NIDN. 0607076401

(Agung Subono, SE., M.Si)
NIDN.0520017602



MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

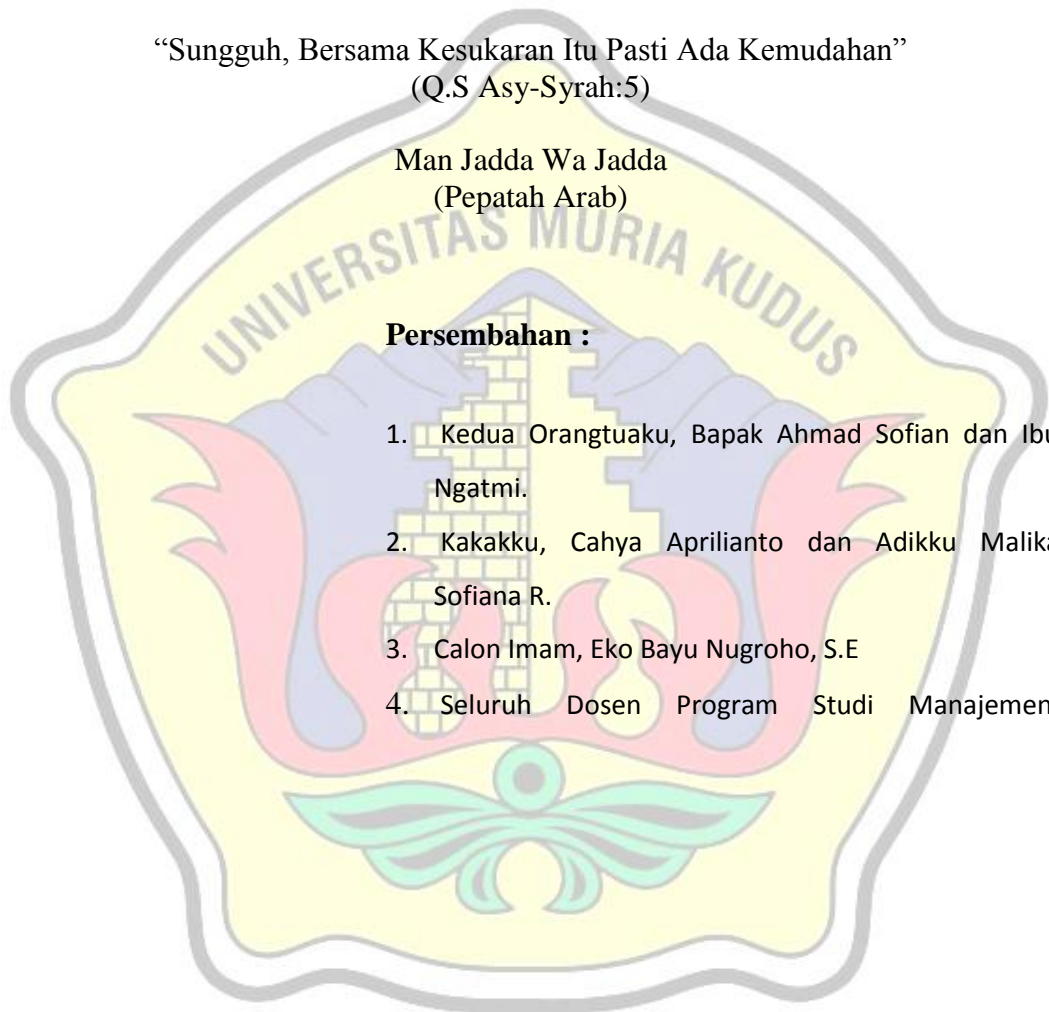
“Hai Orang-Orang yang Beriman, Jadikanlah Sabar dan Sholat Sebagai Penolong.
Sesungguhnya Allah Beserta Orang-Orang yang Sabar”
(Q.S Al Baqarah:153)

“Sungguh, Bersama Kesukaran Itu Pasti Ada Kemudahan”
(Q.S Asy-Syrah:5)

Man Jadda Wa Jadda
(Pepatah Arab)

Persembahan :

1. Kedua Orangtuaku, Bapak Ahmad Sofian dan Ibu Ngatmi.
2. Kakakku, Cahya Aprilianto dan Adikku Malika Sofiana R.
3. Calon Imam, Eko Bayu Nugroho, S.E
4. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen.



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, hidayah rahmat, serta karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Sepeda Montor Honda Beat Di Desa Loram Wetan Kudus.** Penulisan Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat akademi guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak tugas akhir skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang setulus-setulusnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, Msi., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dian Wismar'ain., SE., M.M., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Mokhamad Arwani, SE.,MM selaku dosen pembimbing 1, terimakasih telah atas ilmu, bimbingan, serta arahan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak. Aamiin.
5. Agung Subono, SE.,M.Si selaku dosen pembimbing 2, terimakasih atas waktu, bimbingan, saran serta arahan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak. Aamiin.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

7. Keluarga besar saya yang selalu memberikan doa, dukungan yang tidak pernah ada batasnya.
8. Calon suami yang tersayang, Eko Bayu Nugroho, SE yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam pengerjaan skripsi.
9. Seluruh responden yaitu pengguna sepeda motor Honda Beat di Desa Loram Wetan Kudus.
10. Pemerintah Desa Loram Wetan Kudus.
11. Seluruh sahabat dan teman-teman angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini tidaklah sempurna sehingga kritik dan saran yang membangun masih diperlukan. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa memberikan pengetahuan bagi para pembaca dan bisa memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Kudus, 2021

Peneliti

Wahyu Lestari Ningsih
NIM. 201711203

**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA SEPEDA
MOTOR HONDA BEAT DI DESA LORAM WETAN KUDUS**

Wahyu Lestari Ningsih

2017-11-203

Pembimbing: 1. Dr. Mokhamad Arwani, SE.,MM
2. Agung Subono, SE.,M.Si

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, iklan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pengguna sepeda motor Honda Beat di Desa Loram Wetan Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna sepeda motor Honda Beat di Desa Loram Wetan Kudus. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 136 responden dengan menggunakan teknik sampel Hair. Pengambilan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan data SEM melalui program AMOS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, iklan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan tidak bisa menjadi variabel mediasi hubungan antara harga, iklan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: harga, iklan, citra merek, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

***THE EFFECT OF PRICE, ADVERTISING AND BRAND IMAGE ON
CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS
INTERVENING VARIABLES ON HONDA BEAT MOTORCYCLE USERS IN
LORAM WETAN KUDUS VILLAGE***

Wahyu Lestari Ningsih

2017-11-203

Pembimbing: 1. Dr. Mokhamad Arwani, SE.,MM
2. Agung Subono, SE.,M.Si

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

ABSTRACTION

This study aims to analyze the effect of price, advertising and brand image on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable on Honda Beat motorcycle users in Loram Wetan Kudus Village. The population in this study were all Honda Beat motorcycle users in Loram Wetan Kudus Village. The sample in this study were 136 respondents using the Hair sampling technique. Data collection was obtained through the distribution of questionnaires. The data analysis technique in this research is using SEM data through the AMOS program. The results of this study indicate that price has a positive and significant effect on customer satisfaction, advertising has a positive and insignificant effect on customer satisfaction, brand image has a positive and insignificant effect on customer satisfaction, price has a positive and significant effect on customer loyalty, advertising has a positive and significant effect. on customer loyalty, brand image has a positive and significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive and insignificant effect on customer loyalty, satisfaction cannot be a mediating variable of the relationship between price, advertising and brand image on customer loyalty.

Keywords: price, advertising, brand images, customer satisfaction and customer loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACTION	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Ruang Lingkup	10
1.3.Perumusan Masalah.....	11
1.4.Tujuan Penelitian.....	12
1.5.Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1.Landasan Teori	14
2.1.1.Loyalitas Pelanggan.....	14
2.1.2.Kepuasan Pelanggan.....	18
2.1.3.Harga.....	19
2.1.4.Iklan	21
2.1.5.Citra Merek	23
2.2.Pengaruh Antar Variabel	26
2.2.1.Pengaruh antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan	26
2.2.2. Pengaruh antara Iklan dengan Kepuasan Pelanggan	27
2.2.3. Pengaruh antara Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan	27
2.2.4. Pengaruh antara Harga dengan Loyalitas Pelanggan.....	28
2.2.5. Pengaruh antara Iklan dengan Loyalitas Pelanggan	29
2.2.6. Pengaruh antara Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan	36

2.2.7. Pengaruh antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan..	31
2.3.Tinjauan Peneliti Terdahulu	31
2.4.Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
2.5.Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1.Rancangan Penelitian	39
3.2.Variabel Penelitian	39
3.2.1.Variabel Eksogen	39
3.2.2.Variabel Intervening	39
3.2.3.Variabel Endogen.....	40
3.3.Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3.1.Harga (X1)	40
3.3.2.Iklan (X2)	41
3.3.3.Citra Merek (X3).....	41
3.3.4.Kepuasan Pelanggan (Y1).....	41
3.3.5.Loyalitas Pelanggan (Y2).....	42
3.4.Jenis dan Sumber Data	42
3.4.1.Jenis Data	43
3.4.2.Sumber Data.....	43
3.5.Populasi dan Sampel	43
3.5.1.Populasi	43
3.5.2.Sampel	43
3.6.Pengumpulan Data	44
3.7.Uji Instrumen Penelitian.....	45
3.7.1.Uji Validitas	45
3.7.2.Uji Reliabilitas	46
3.8.Pengolahan Data	47
3.9.Analisis Data	47
BAB IV METODE PENELITIAN	56
4.1.Hasil Penelitian.....	56

4.2.Penyajian Data.....	58
4.2.1.Karakteristik Responden	58
4.2.2.Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian	61
4.3.Analisis Data	66
4.3.1.Uji Validitas	66
4.3.2.Uji Reliabilitas	67
4.4.Analisis Konfirmatori.....	67
4.5.Uji Normalitas	74
4.6.Uji Hipotesis.....	76
4.7.Pengaruh Langsung (<i>Direct</i>) dan Pengaruh Tidak Langsung (<i>indirect</i>)	79
4.8.Uji Mediasi	80
4.9.Pembahasan	82
BAB V PENUTUP.....	94
5.1.Kesimpulan.....	91
5.2.Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	99



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Penjualan Jumlah Kendaraan Bermotor di Kabupaten Kudus Tahun 2018-2019.....	3
Tabel 1.2 Survey Top Brand Indeks Sepeda Motor Tahun 2021 Kategori Motor Matic	4
Tabel 3.1 SKala Likert	44
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4.2 Usia Responden.....	59
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	60
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Terhadap Harga (X1)	61
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Terhadap Iklan (X2).....	62
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Terhadap Citra Merek (X3)	63
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1)	64
Tabel 4.8 Deskripsi Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2)	65
Tabel 4.9 Uji Validitas	66
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.11 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Keseluruhan Variabel Eksogen.....	69
Tabel 4.12 Analisis Faktor Konfirmatori Kontrak Eksogen	70
Tabel 4.13 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Keseluruhan Variabel Endogen	71
Tabel 4.14 Analisis Faktor Konfirmatori Kontrak Eksogen	72
Tabel 4.15 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i>	74
Tabel 4.16 Uji Normalitas.....	75
Tabel 4.17 <i>Regression Weights</i>	76
Tabel 4.18 Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i>	79
Tabel 4.19 Hasil Estimasi <i>Indirect Effect, Direct Effect, Dan Total Effect</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
Gambar 4.1 Hasil Analisis Konfirmatori Keseluruhan Variabel Eksogen	68
Gambar 4.2 Hasil Analisis Konfirmatori Keseluruhan Variabel Ensogen	71
Gambar 4.3 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	73

