



**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK DAN  
KEPERCAYAAN MEREK SERTA DAMPAKNYA  
PADA LOYALITAS KONSUMEN  
(Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Scoopy di Pati )**

Di ajukan oleh:

IDA LISMAWATI

NIM.201811020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2023**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK  
DAN KEPERCAYAAN MEREK SERTA DAMPAKNYA  
PADA LOYALITAS KONSUMEN**

**(Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Scoopy di Pati )**

**Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang  
pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muria Kudus**

Di ajukan oleh:

**IDA LISMAWATI**

**NIM.201811020**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK  
DAN KEPERCAYAAN MEREK SERTA DAMPAKNYA  
PADA LOYALITAS KONSUMEN  
(Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Scoopy di Pati )**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal .....

Pembimbing I

Sutono, S.E., M.M., Ph.D  
NIDN.0626017003

Pembimbing II

Faridhatun Faidah, S.E., M.M  
NIDN.0601099201

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen

Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M  
NIDN.0628048702

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK DAN  
KEPERCAYAAN MEREK SERTA DAMPAKNYA  
PADA LOYALITAS KONSUMEN  
(Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Scoopy di Pati )**

Nama : Ida Lismawati  
NIM : 201811020  
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

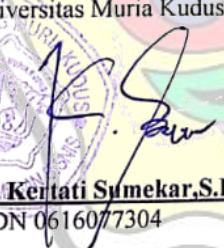
  
**Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M**  
NIDN 0628048702

Pembimbing I

  
**Sutono, S.E., M.M., Ph.D**  
NIDN 0626017003

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Pembimbing II

  
**Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M**  
NIDN 0616077304

  
**Faridhatun Faidah, S.E., M.M**  
NIDN 0601099201

## MOTTO

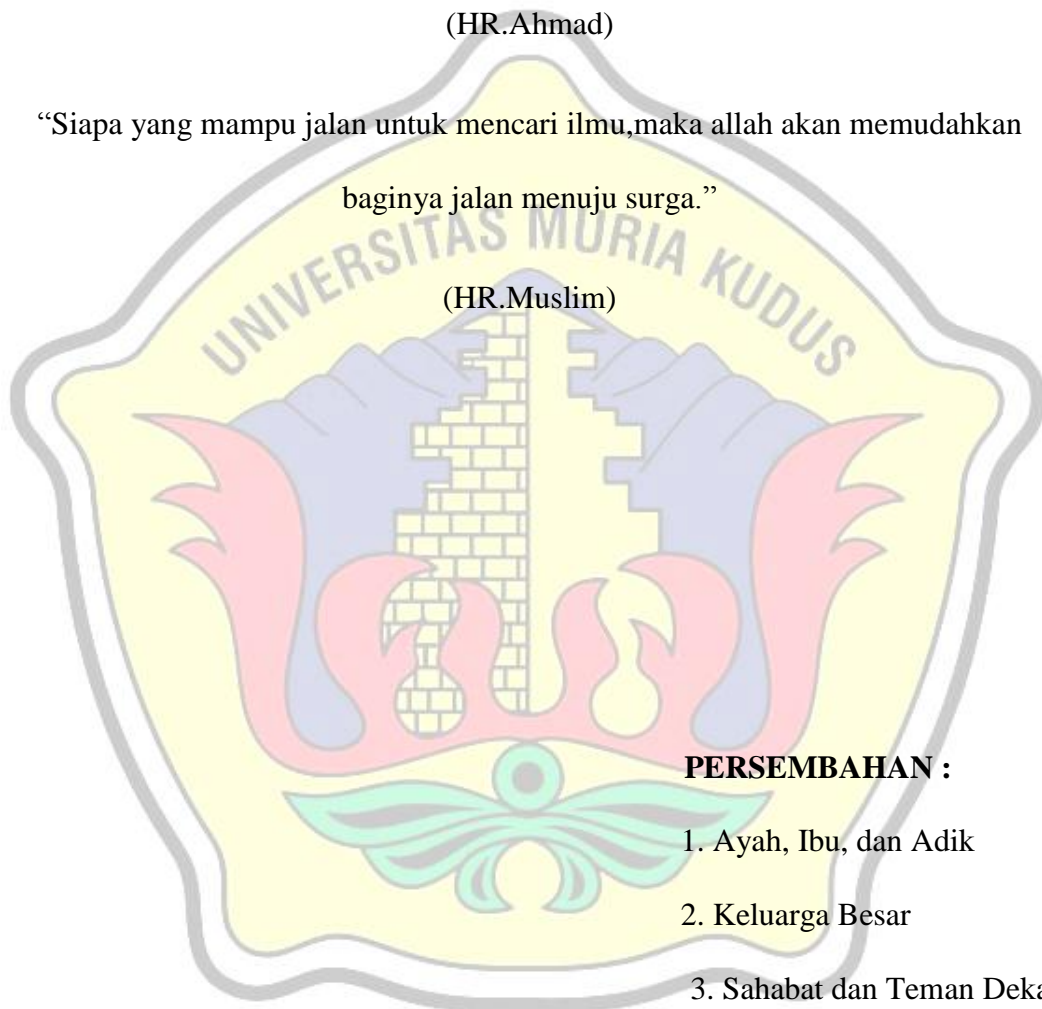
### Motto:

“Barang siapa yang tidak bersyukur meski sedikit, maka ia akan mampu mensyukuri sesuatu yang banyak.”

(HR.Ahmad)

“Siapa yang mampu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga.”

(HR.Muslim)



### PERSEMBAHAN :

1. Ayah, Ibu, dan Adik
2. Keluarga Besar
3. Sahabat dan Teman Dekat
4. Almamater UMK

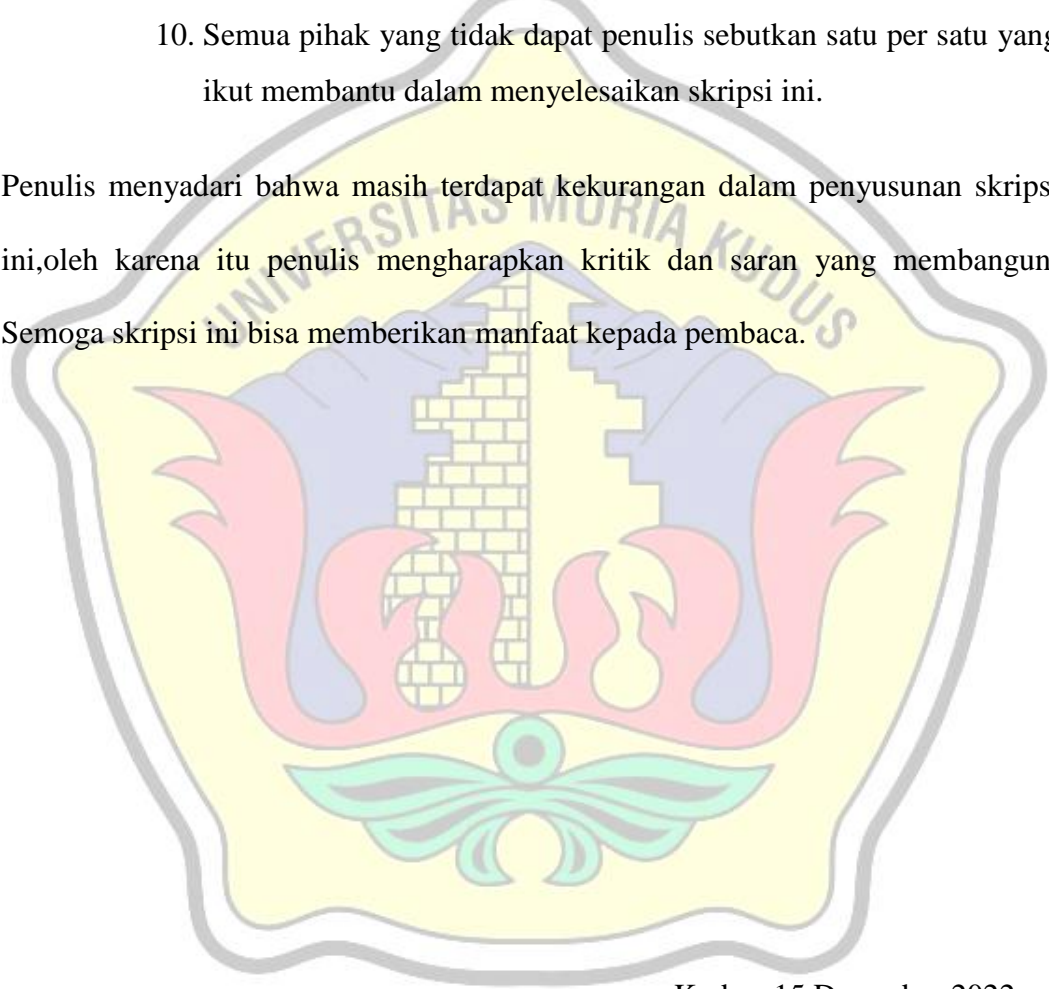
## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS KONSUMEN(Studi pada pengguna Sepeda Motor Scoopy di Pati)** yang merupakan salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini banyak mendapat bantuan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono,SE,MM,Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Faridhatun Faidah,SE,MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh kuliah di Universitas Muria Kudus.

7. Seluruh responden yang telah memberikan waktu guna pengisian kuisioner.
8. Kedua orang tua dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan serta mendoakan selama penyusunan skripsi kepada penulis.
9. Teman dan sahabat dekat yang telah menjadi dukungan yang baik selama proses penyusunan skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat kepada pembaca.



Kudus, 15 Desember 2022

Penulis

IDA LISMAWATI

2018I1020

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK DAN  
KEPERCAYAAN MEREK SERTA DAMPAKNYA  
PADA LOYALITAS KONSUMEN  
(Studi pada pengguna Sepeda Motor Scoopy di Pati)**

Ida Lismawati

201811020

Pembimbing 1 : Sutono,SE,MM,Ph.D

2 : Faridhatun Faidah,SE,MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap citra merek dan kepercayaan merek serta dampaknya pada Loyalitas konsumen (studi kasus pada pengguna sepeda Motor Honda Scoopy Pati). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Honda Scoopy di Pati. Sampel yang digunakan berjumlah 147 responden dengan menggunakan teknik accidental sampling. Analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program AMOS. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa 1. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepercayaan merek.2. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap citra merek merek. 3.Kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen4.Citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. 5. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.6.Kepercayaan merek belum mampu menjadi variabel mediasi dari pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.7. Citra merek belum mampu menjadi variabel mediasi dari pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

**Kata Kunci : kualitas produk, citra merek, kepercayaan merek, loyalitas konsumen**



**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY ON BRAND IMAGE AND  
BRAND TRUST AND ITS IMPACTON CUSTOMER LOYALTY  
(Study on Scoopy Motorcycle users in Pati)**

Ida Lismawati

201811020

Supervisor 1 : Sutono,SE,MM,Ph.D

2 : Faridhatun Faidah,SE,MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY  
PROGRAM**

**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of product quality on brand image and brand trust and its impact on consumer loyalty (a case study on Honda Scoopy Pati motorcycle users). This research is a quantitative research. The population in this study were all Honda Scoopy users in Pati. The sample used was 147 respondents using accidental sampling technique. The data analysis used is Structural Equation Modeling (SEM) using the AMOS program. Based on the research results, it can be concluded that 1. Product quality has no effect on brand trust.2. Product quality has no effect on the brand's brand image. 3.Brand trust has a positive effect on consumer loyalty 4. Brand image has a positive effect on consumer loyalty. 5. Product quality has no effect on consumer loyalty. 6. Brand trust has not been able to become a mediating variable from the effect of product quality on consumer loyalty. 7. Brand image has not been able to become a mediating variable from the effect of product quality on consumer loyalty.

**Keywords: product quality, brand image, brand trust, consumer loyalty**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAKSI .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang   Ruang Lingkup.....	2
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Loyalitas Konsumen.....	15
2.1.1 Pengertian Loyalitas Konsumen .....	15
2.1.2 Faktor Loyalitas Konsumen .....	15
2.2.3 Indikator loyalitas konsumen .....	17
2.2 Kepercayaan Merek .....	19
2.2.1 Pengertian Kepercayaan Merek .....	19
2.2.2 Indikator kepercayaan Merek.....	20
2.3 Citra Merek .....	21
2.3.1 Pengertian Citra Merek .....	21
2.3.2 Indikator Citra Merek.....	22
2.4 Kualitas Produk.....	23
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	23
2.4.2 Indikator Kualitas Produk .....	24

2.5 Pengaruh Antar Variabel.....	26
2.5.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	26
2.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Merek.....	27
2.5.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.....	28
2.5.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen .....	29
2.5.5 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen .....	29
2.6 Tinjauan penelitian terdahulu .....	30
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritas.....	35
2.7 Hipotesis.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	37
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	38
3.2.1 Variabel Penelitian .....	38
3.2.2 Definisi Operasional.....	39
3.3 Jenis dan Data Sumber .....	42
3.4 Populasi dan Sampel .....	43
3.4.1 Populasi .....	43
3.4.2 Sampel.....	43
3.5 Pengumpulan Data .....	44
3.6 Uji Instrumen Penelitian .....	45
3.6.1 Uji Validitas .....	45
3.6.2 Uji Rabilitas .....	46
3.7 Uji Asumsi SEM .....	46
3.7.1 Ukuran Sampel.....	46
3.7.2 Uji Normalitas.....	47
3.7.3 Uji Multikolinieritas.....	48
3.8 Pengolahan Data.....	49
3.9 Analisis Data .....	50
3.9.1 Uji Hipotesis .....	58
3.9.2 Uji Mediasi.....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>

4.1 Hasil Dan Pembahasan.....	60
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	59
4.1.2 Objek penelitian .....	61
4.2 Penyajian Data .....	61
4.2.1 Deskriptif Variabel Penelitian.....	65
4.3 Analisis Data .....	69
4.3.1 Analisis Konfirmatori.....	69
4.3.2 Hasil Uji Instrumen Data .....	79
4.3.3 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	83
4.4 Pembahasan.....	96
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....	94
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Merek .....	95
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek .....	96
4.4.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	98
4.4.5 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen .....	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Kesimpulan .....	100
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA .....	103
LAMPIRAN LAMPIRAN .....	105

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor Merek Scoopy 2018-2022.....	3
Tabel 1. 2 7 Motor Terlaris di Indonesia tahun 2022.....	6
Tabel 1. 3 <i>Top Brand Arward</i> 2022 Sepeda Motor Metic .....	7
Tabel 3. 1 Indeks Goodness of fit .....	57
Tabel 4. 1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4. 2 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4. 3 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan .....	63
Tabel 4. 4 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	64
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	65
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek .....	66
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Citra Merek .....	67
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel loyalitas konsumen.....	68
Tabel 4. 9 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan .	70
Tabel 4. 10 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan..	71
Tabel 4. 11 <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i> .....	72
Tabel 4. 12 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	73
Tabel 4. 13 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan .	74
Tabel 4. 14 <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i> .....	75
Tabel 4. 15 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Full Model Sebelum Perbaikan.....	76
Tabel 4. 16 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Full Model Setelah Perbaikan.....	78
Tabel 4. 17 Uji Validitas .....	79
Tabel 4. 18 Uji Average Variance Extracted Variabel Penelitian .....	80
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	81
Tabel 4. 20 Uji Reliabilitas .....	82
Tabel 4. 21 Uji Normalitas.....	84
Tabel 4. 22 Outlier .....	85
Tabel 4. 23 Multikolinearitas .....	86
Tabel 4. 24 <i>Standardised Regression Weights</i> .....	87
Tabel 4. 25 <i>Square Multiple Correlation</i> .....	89
Tabel 4. 26 Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung Antar Variabel .....	90
Tabel 4. 27 Pengaruh Langsung Antar Variabel Penelitian .....	93
Tabel 4. 28 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Peneliti .....	94
Tabel 4. 29 Besar <i>Total Effect</i> .....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Total Market Sepeda Motor pasar Domestik Indonesia Tahun 1996-2022.....	4
Gambar 1. 2 Perbandingan <i>Distribution Domestic by catagory</i> Indonesia 2022 .....	5
Gambar 1. 3 Review Motor Honda Scoopy .....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	43
Gambar 4. 1 Output Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	69
Gambar 4. 2 Output Variabel Eksogen Setelah Perbaikan.....	71
Gambar 4. 3 Output Variabel Endogen Sebelum Perbaikan .....	3
Gambar 4. 4 Output Variabel Endogen Setelah Perbaikan.....	74
Gambar 4. 5 <i>Full Measurement</i> Model Sebelum Perbaikan.....	76
Gambar 4. 6 <i>Full Measurement</i> Model Setelah Perbaikan.....	77
Gambar 4. 7 <i>Structural Equation Modelling</i> .....	79



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	106
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban 147 Responden.....	125
Lampiran 3 Analisis Deskriptif Variabel .....	129
Lampiran 4 Analisis Konfirmatori .....	138
Lampiran 5 Hasil Uji SEM .....	153

