



**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA PELANGGAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA
DI JEPARA)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

RINA ZULIA SAFITRI

NIM. 201811259

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

2023



**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA PELANGGAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA
DI JEPARA)**

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

Oleh :

RINA ZULIA SAFITRI
NIM. 201811259

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

PERSETUJUAN PENGESAHAN

Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda di Jepara)

RINA ZULIA SAFITRI
NIM. 201811259

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

Kudus, *24 Juli 2023*

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Mia Ajeng Alifiana, S.E., M.B.A.
NIDN. 0601058303

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
NIDN. 0024037701

Pengaruh Citra merek, Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda di Jepara)

Nama : Rina Zulia Safitri
NIM : 201811259
Program Studi : Manajemen

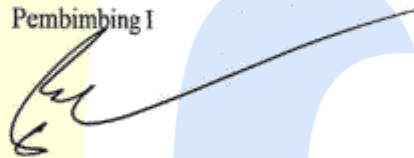
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui,
Ketua Program Studi


Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
NIDN. 0024037701

Pembimbing I


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

Mengetahui,



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

Pembimbing II


Mia Ajeng Alifiana, S.E., M.B.A.
NIDN. 0601058303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan. Karena itu bila
kau telah selesai (mengerjakan yang lain) dan kepada Tuhan,

berharapkan

(QS. Al Insyirah: 6-8)

Kupersembahkan untuk:

- ❖ Kedua orang tuaku yang terkasih
- ❖ Keluarga tercinta
- ❖ Dosen pembimbing
- ❖ Teman-teman seperjuangan
- ❖ Almamaterku

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda Di Jepara)”**.

Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar S1 program studi manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muria Kudus. Selama penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih 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 Universitas Muria Kudus yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah merestui dan memberikan bimbingan dalam pembahasan dan penyusunan skripsi ini.
4. Sutono, S.E., M.M., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Mia Ajeng Alifiana, S.E., M.B.A., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Para dosen dan staf pengajar di lingkungan Universitas Muria Kudus yang membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

7. Ayah dan Ibu, yang senantiasa mendukungku secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Dan semua pihak yang tak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga amal baik beliau tersebut di atas dan juga semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT. *Aamiin.*

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.

Kudus, Juli 2023

Penulis,

Rina Zulia Safitri

NIM. 2018-11-259

Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda di Jepara)

Rina Zulia Safitri

NIM 201811259

Pembimbing : 1. Sutono, S.E., M.M., Ph.D
2. Mia Ajeng Alifiana, S.E., M.B.A.

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan Honda di Jepara. Menganalisis pengaruh desain produk terhadap loyalitas pelanggan Honda di Jepara. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Honda di Jepara. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Honda di Jepara. Menganalisis pengaruh desain produk terhadap kepuasan pelanggan Honda di Jepara. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Honda di Jepara. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Honda di Jepara. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah pelanggan yang membeli sepeda motor Honda di Jepara sebanyak 165 responden dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik mengambil data memakai metode kuesioner. Teknik analisis data menggunakan teknik SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor merek Honda di Jepara. Desain produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor merek Honda di Jepara. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor merek Honda di Jepara. Citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor merek Honda di Jepara. Desain produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor merek Honda di Jepara. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor merek Honda di Jepara. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor merek Honda di Jepara.

Kata Kunci : Citra Merek, Desain Produk, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

Daftar pustaka : 66 (tahun 2012-2022).

The Influence of Citra merek, Product Design and Product Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Study on Honda Motorcycle Customers in Jepara)

Rina Zulia Safitri

NIM 201811259

Lecturer : 1. Sutono, S.E., M.M., Ph.D
2. Mia Ajeng Alifiana, S.E., M.B.A.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM OF MANAGEMENT**

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of brand image on Honda customer loyalty in Jepara. Analyzing the effect of product design on Honda customer loyalty in Jepara. Analyzing the effect of product quality on Honda customer loyalty in Jepara. Analyzing the effect of brand image on Honda's customer satisfaction in Jepara. Analyzing the effect of product design on Honda's customer satisfaction in Jepara. Analyzing the effect of product quality on Honda's customer satisfaction in Jepara. Analyzing the effect of customer satisfaction on Honda customer loyalty in Jepara. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample is a customer who bought a Honda motorcycle in Jepara as many as 165 respondents and the sample was taken using a purposive sampling technique. The technique of collecting data uses a questionnaire method. Data analysis techniques using SEM techniques. The results showed that brand image had an effect on customer loyalty for Honda motorcycles in Jepara. Product design influences customer loyalty for Honda motorcycles in Jepara. Product quality has no effect on customer loyalty for Honda motorcycles in Jepara. Brand image has no effect on customer satisfaction of Honda motorcycles in Jepara. Product design has no effect on customer satisfaction for Honda motorcycles in Jepara. Product quality has an effect on customer satisfaction for Honda motorcycles in Jepara. Customer satisfaction has an effect on customer loyalty for Honda motorcycles in Jepara.

Keywords: Brand Image, Product Design, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

References: 66 (2012-2022).

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Citra Merek	14
2.1.1 Pengertian Citra Merek.....	14
2.1.2 Indikator Citra Merek	16
2.2 Desain Produk	17
2.2.1 Pengertian Desain Produk	17

	Halaman
2.2.2 Indikator Desain Produk.....	18
2.3 Kualitas Produk.....	19
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	19
2.3.2 Indikator Kualitas Produk.....	21
2.4 Loyalitas Pelanggan	22
2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	22
2.4.2 Indikator Loyalitas Pelanggan	24
2.5 Kepuasan Pelanggan	25
2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	25
2.5.2 Indikator Kepuasan Pelanggan	26
2.6 Pengaruh Antar variabel.....	28
2.6.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2.6.2 Pengaruh Desain Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	29
2.6.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	31
2.6.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
2.6.5 Pengaruh Desain Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	33
2.6.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	34
2.6.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	35
2.7 Penelitian Terdahulu	36
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	40

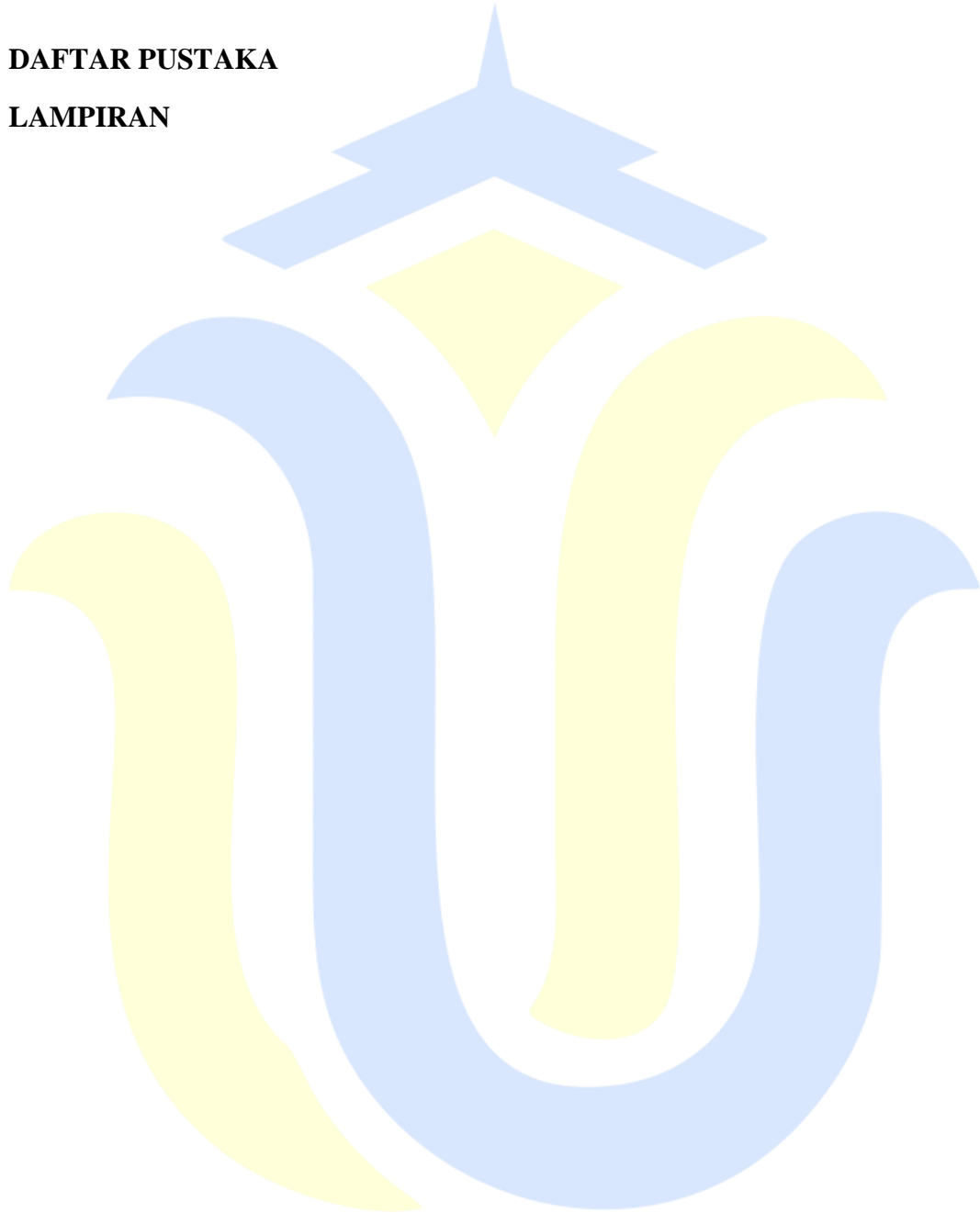
	Halaman
2.9 Hipotesis.....	42
 BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1. Rancangan Penelitian.....	44
3.2. Variabel Penelitian.....	44
3.2.1 Variabel Eksogen.....	44
3.2.2 Variabel Endogen.....	44
3.2.3 Variabel Intervening.....	45
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	45
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	48
3.5. Populasi dan Sampel.....	49
3.6. Pengumpulan Data.....	50
3.7. Uji Instrumen Penelitian.....	50
3.7.1 Uji Validitas.....	50
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.8. Pengolahan Data.....	52
3.9. Analisis Data.....	52
 BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	59
4.2. Statistik Deskriptif.....	64
4.3. Uji Instrumen Penelitian.....	71
4.3.1 Uji Validitas.....	71
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	87
4.4. Evaluasi atas Asumsi-Asumsi SEM.....	88
4.4.1 Uji Normalitas.....	88
4.4.2 Uji <i>Outliers</i>	89
4.5. Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	90

	Halaman
4.5.1 <i>Model Fit</i>	90
4.5.2 Uji Hipotesis	92
4.5.3 Koefisien Determinasi	96
4.5.4 Uji Mediasi	97
4.6. Pembahasan.....	97
4.6.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	99
4.6.2 Pengaruh Desain Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	101
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	104
4.6.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	106
4.6.5 Pengaruh Desain Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	108
4.6.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	111
4.6.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	113
4.6.8 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	115
4.6.9 Pengaruh Desain Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	118
4.6.10 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	120

	Halaman
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	124
5.2. Saran.....	125

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Skor Top <i>Brand Index</i> Sepeda Motor Tahun 2018-2022	5
Tabel 1.2 Surat Pelanggan Atas Komplain Pembelian Produk Honda	6
Tabel 1.3 Kelebihan Merek Lain daripada Produk Honda	6
Tabel 1.4 Kekurangan Produk Honda	7
Tabel 3.1 Uji <i>Goodness of Fit</i>	57
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan	63
Tabel 4.6 Identitas Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Motor Honda	64
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek (X_1)	65
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Desain Produk (X_2)	66
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_3)	67
Tabel 4.10 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y_1) ..	68
Tabel 4.11 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y_2) ..	70
Tabel 4.12 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen Sebelum Adanya Perbaikan Model	73
Tabel 4.13 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Sebelum Adanya Perbaikan Model	73
Tabel 4.14 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen Sesudah Adanya Perbaikan Model	76
Tabel 4.15 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Sesudah Adanya Perbaikan Model	76

Tabel 4.16	Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen Sebelum Adanya Perbaikan Model.....	79
Tabel 4.17	Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen Sesudah Adanya Perbaikan Model	79
Tabel 4.18	Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen Sesudah Adanya Perbaikan Model.....	81
Tabel 4.19	Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen Sesudah Adanya Perbaikan Model	81
Tabel 4.20	Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Full Measurement</i>	83
Tabel 4.21	Hasil <i>Standardized Regression Weights Full Measurement</i>	84
Tabel 4.22	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	85
Tabel 4.23	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	86
Tabel 4.24	Hasil Uji Reliabilitas.....	87
Tabel 4.25	Hasil Uji Normalitas	88
Tabel 4.26	Hasil Uji <i>Outlier</i>	89
Tabel 4.27	Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Full Model</i>	90
Tabel 4.28	Hasil <i>Standardized Regression Weight</i>	91
Table 4.29	Hasil Uji Hipotesis.....	92
Tabel 4.29	Hasil Koefisien Determinasi.....	95
Tsbel 4.30	Hasil Uji Mediasi	96

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Volume Penjualan Sepeda Motor Domestik dan Ekspor Indonesia 2022	4
Gambar 2.1 Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda di Jepara).....	42
Gambar 3.1 <i>Path Diagram</i>	54
Gambar 4.1 <i>Output Convergent Validity</i> Variabel Eksogen (X) Sebelum Adanya Perbaikan Model.....	72
Gambar 4.2 <i>Output Convergent Validity</i> Variabel Eksogen (X) Sesudah Adanya Perbaikan Model.....	75
Gambar 4.3 <i>Output Convergent Validity</i> Variabel Endogen (Y) Sebelum Adanya Perbaikan Model.....	78
Gambar 4.4 <i>Output Convergent Validity</i> Variabel Endogen (Y) Sesudah Adanya Perbaikan Model.....	80
Gambar 4.5 <i>Output Full Measurement</i>	83
Gambar 4.6 <i>Output Full Model</i>	90

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Identitas Responden
- Lampiran 3 Data Tabulasi Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data

