



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YANG
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara)**

Oleh :
FIRDA AMELIA
201811621

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN BRAND IMAGE
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Pengguna Honda Scoopy 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 :
FIRDA AMELIA
201811621

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara)

Nama : Firda Amelia
NIM : 201811621
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP.
NIDN.0603067701

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH
LOYALITAS KONSUMEN


Nama : Firda Amelia
NIM : 201811621
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 05 Januari 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen


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

Pembimbing I


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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


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

Pembimbing II


Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP.
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Nasib memang diserahkan kepada manusia untuk digarap, tetapi takdir harus mendatangi diatas materai dan tidak boleh digugat kalau

nanti terjadi apa – apa, baik atau buruk.

(Prof. Dr. Sapardi Djoko Damono)

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini penulis mempersembahkan kepada ibu dan alm ayah tercinta, ketulusan dari hati atas doa yang tak pernah putus, semangat yang tak ternilai. Serta saudara - saudara yang tersayang.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpah rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan menyusun skripsi dengan judul Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan *Brand Image* terhadap Loyalitas konsumen Yang Dimediasi Oleh kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Honda Scoopy Di Jepara). Yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Pada kesempatan ini, perkenalkan penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi
5. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP. selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.
7. Kepada kedua orang tua tercinta yaitu Ibu dan Bapak terimakasih kepada kedua orang tuaku yang telah memberikan semangat kepada saya.
8. Sahabat - sahabatku, yang telah memberikan dukungan, bantuan dan do'a dalam menyelesaikan skripsi.
9. Seluruh responden yang telah memberikan waktu guna pengisian kuesioner.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah ikhlas memberikan do'a dan motivasi sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.



Kudus, 2023

Penulis,

FIRDA AMELIA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara)

FIRDA AMELIA

201811621

Pembimbing : 1. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.

2. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP.

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen pada pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy di Jepara. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif. Tehnik yang digunakan menggunakan tehnik sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Penelitian ini menggunakan data primer dan pengolahan data menggunakan teknik analisis AMOS (*Analysis of Momen Structure*) yang merupakan paket dalam program SEM (*Structural Equation Modelling*). Hasil analisis menunjukkan : 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara, 2) Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara, 3) *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara, 4) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara, 5) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara, 6) *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara dan 7) Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, *Brand Image*, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE AND BRAND IMAGE
ON CUSTOMER LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION
(Case Study on Honda Scoopy Users in Jepara)***

FIRDA AMELIA
201811621

Pembimbing : 1. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.
2. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, price and brand image on consumer loyalty mediated by customer satisfaction on Honda Scoopy motorcycle users in Jepara. This research is a quantitative research with descriptive type. The sample used in this study was 120 respondents. This study used primary data and data processing using the AMOS (Analysis of Moment Structure) analysis technique which is a package in the SEM (Structural Equation Modeling) program. The results of the analysis show: 1) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction for Honda Scoopy users in Jepara, 2) Price has no effect on customer satisfaction for Honda Scoopy users in Jepara, 3) Brand image has no effect on customer satisfaction for Honda Scoopy users in Jepara, 4) Service Quality has no effect on consumer loyalty for Honda Scoopy Users in Jepara, 5) Price has a positive and significant effect on consumer loyalty for Honda Scoopy Users in Jepara, 6) Brand Image has no effect on consumer loyalty on Honda Scoopy Users in Jepara and 7) Consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty among Honda Scoopy users in Jepara.

Keywords: Service Quality, Price, Brand Image, Customer satisfaction, Constumer Loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	13
1.3. Perumusan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1. Teori The Expectancy Disconfirmation Model.....	18
2.2. Kepuasan Konsumen.....	19
2.3. Loyalitas Konsumen.....	22
2.4. Kualitas Pelayanan.....	26
2.5. Harga.....	31
2.6. Brand Image.....	36
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	39
2.8. Pengaruh Antar Variabel.....	45
2.9. Kerangka Pikir Teoritis.....	51
2.10. Hipotesis.....	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
3.1. Rancangan Penelitian.....	54
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	54
3.2.1. Variabel Penelitian.....	54

3.2.2. Definisi Operasional.....	55
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	58
3.4. Populasi dan Sampel.....	59
3.5. Pengumpulan Data.....	60
3.6. Uji Validitas dan Reabilitas.....	60
3.7. Pengolahan Data.....	62
3.8. Analisis Data.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
4.2. Penyajian Data.....	74
4.2.1. Deskripsi Responden.....	74
4.2.2. Tanggapan Responden.....	76
4.3. Analisis Inferensial.....	79
4.3.1. Uji Validasi dan Reliabilitas.....	80
4.3.2. Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM.....	83
4.3.3. Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis).....	87
4.3.4. Uji Kausalitas (Regression Weight).....	95
4.3.5. Pengujian Hipotesis.....	97
4.3.6. Analisis Pengaruh Tidak Langsung.....	101
4.3.7. Uji Mediasi.....	102
4.4. Pembahasan.....	103
4.4.1. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pegguna Honda Scoopy di Jepara.....	103
4.4.2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara.....	104
4.4.3. Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara.....	106
4.4.4. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara.....	107
4.4.5. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara.....	108

4.4.6. Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara	109
4.4.7. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Honda Scoopy di Jepara	110
4.4.8. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Loyalitas Konsumen	111
4.4.9. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Loyalitas Konsumen	113
4.4.10. Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Loyalitas Konsumen	114
BAB V PENUTUP	116
5.1. Kesimpulan	116
5.2. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Domestik Sepeda Motor Tahun 2017-2021	6
Tabel 1. 2 Jumlah Keseluruhan Penjualan Sepeda Motor Per Tahun.....	6
Tabel 1. 3 Index Kategori Otomotif (Sepeda Motor) Tahun 2017-2021	8
Tabel 1. 4 Penjualan Sepeda Motor Honda di Jepara 2017-2021	9
Tabel 3. 1 <i>Goodness-of-Fit Indices</i>	69
Tabel 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden	74
Tabel 4.2 Distribusi Usia Responden.....	75
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Pembelian Responden	75
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan	76
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Harga	77
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Brand Image	77
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen.....	78
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Loyalitas Konsumen.....	79
Tabel 4. 9 Convergent Validity.....	80
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.11 Uji <i>Variance Extracted</i> (AVE).....	82
Tabel 4.12 <i>Discriminant validity</i>	83
Tabel 4.13 Uji Normalitas Data	84
Tabel 4.14 Uji <i>Outliers</i>	86
Tabel 4.15 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen.....	88
Tabel 4.16 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen	90
Tabel 4.17 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i>	93
Tabel 4.18 Hasil Estimasi <i>Standardized Regression Weight</i>	96
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>)	97
Tabel 4. 20 Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel.....	98
Tabel 4. 21 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian.....	101
Tabel 4. 22 Besar Total <i>effect</i>	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	14
Gambar 3. 1 Konstruk Model.....	66
Gambar 4.1 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	87
Gambar 4.2 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen	89
Gambar 4.3 Pengujian Konformatory Measurement Model Awal	91
Gambar 4.4 Pengujian Konformatory Measurement Model Revisi.....	92
Gambar 4.5 Pengujian Full Model SEM.....	94
Gambar 4.6 Pengujian Full Model SEM Model Revisi.....	95