



**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PADA KONSUMEN HONDA VARIO
STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

Abdul Aziz Oktafiyanto

NIM : 2017-11-423

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

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PADA KONSUMEN
HONDA VARIO STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

Nama : Abdul Aziz Oktafiyanto
NIM : 201711423
Program Studi : Manajemen

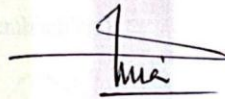
Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
Tanggal 5 Februari 2024

Pembimbing I



DINA LUSIANTI, S.E., M.M., AAK
NIDN. 0630098401

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 *BRAND IMAGE* DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PADA KONSUMEN
HONDA VARIO STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

Nama : Abdul Azis Oktafiyanto
NIM : 201711423
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Pembimbing I


NOOR INDAH RAHMAWATI, S.E., M.M.
NIDN. 0024037701

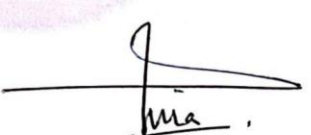

DINA LUSIANTI, S.E., M.M., AAK
NIDN. 0630098401

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II



Dr. KERTATISUMEKAR, S.E., M.M.
NIDN. 0616077304


MIA AJENG ALIFIANA, S.E., M.B.A
NIDN. 0601058303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya..."

Q.S Al Baqarah: 286

"Dan mintalah pertolongan dengan sabar dan sholat." -Q.S Al Baqarah: 45

"Sesungguhnya kami adalah milik Allah, dan sesungguhnya kepada-Nya kami akan kembali." -Q.S Al Baqarah: 156

"Jadilah baik. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik." -Q.S Al Baqarah: 195

Kupersembahkan Kepada :

1. Ayah dan Ibu Tercinta
2. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* dan Desain Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pada Konsumen Honda Vario Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus”** ini dengan lancar. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat akademis dalam mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing selama proses penulisan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada berbagai pihak, yang terhormat kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dina Lusianti., SE., MM., AAK. selaku Dosen Pembimbing 1, yang telah menyempatkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas bimbingan, ilmu dan saran yang telah diberikan, semoga Allah SWT membalas dengan kebaikan dan keberkahan.
5. Mia Ajeng Alifiana, S.E., M.B.A., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah

menyempatkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas bimbingan, ilmu dan saran yang telah diberikan, semoga Allah SWT membalas dengan kebaikan dan keberkahan.

6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus
7. Keluarga besar saya, khususnya orangtua saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan
8. Sahabat – Sahabatku tercinta dari Kitho Coffee Dan semua kawan- kawanku yang tak mungkin ku sebutkan satu persatu.
9. Teman seperjuangan angkatan 2017 Tingtohoo yang selalu memberikan dukungan, dorongan, semangat, dan motivasi.

Penulis mengakui bahwa sepenuhnya penulisan skripsi ini masih membutuhkan kritik dan saran yang membangun dari pihak manapun. Semoga skripsi saya dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan tambahan kepada para pembaca.

Kudus, 2023

Penulis

Abdul Aziz Oktafiyanto

NIM. 2017.11.423

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PADA KONSUMEN
HONDA VARIO STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

Abdul Aziz Oktafiyanto

NIM. 2017.11.423

Dosen Pembimbing 1 Dina Lusianti, SE, MM, AAK

Dosen Pembimbing 2 Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Brand Image* dan Desain Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan pada Konsumen Honda Vario Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Jumlah populasi penelitian ini sebesar 110 Responden pada Mahasiswa FEB Universitas Muria Kudus dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Analisis data menggunakan bantuan software SEM AMOS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas. Desain Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas. *Brand Image* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan. Desain Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas.

Kata Kunci: *Brand Image*, Desain Produk, Kepuasan, Loyalitas.

*INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT DESIGN
ON LOYALTY THROUGH SATISFACTION ON HONDA VARIO CUSTOMERS
STUDY OF ECONOMICS FACULTY STUDENTS
AND BUSINESS MURIA KUDUS UNIVERSITY*

Abdul Aziz Oktafiyanto

NIM. 2017.11.423

Advisor 1 Dina Lusianti, SE, MM, AAK

Advisor 2 Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA

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

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Brand Image and Product Design on Loyalty through Customer Satisfaction Honda Vario Study on Students of the Faculty of Economics and Business, University of Muria Kudus. The total population for this study was 110 respondents to FEB students at Muria Kudus University using a non-probability sampling technique. Data analysis using AMOS SEM software. The results of this study indicate that Brand Image has a significant positive effect on Loyalty. Product Design has a significant positive effect on Loyalty. Brand Image has a significant positive effect on Satisfaction. Product design has a significant positive effect on satisfaction. Satisfaction has a positive and significant effect on Loyalty.

Keywords: Brand image, product design, satisfaction, loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. <i>Brand image</i>	12
2.1.1 Pengertian <i>Brand image</i>	12
2.1.2 Manfaat Merek / <i>Brand</i>	13
2.1.3 Strategi Pemberian <i>Brand</i>	14
2.1.4 Dimensi <i>Brand image</i>	15
2.1.5 Indikator <i>Brand image</i>	15
2.2 Desain Produk	16
2.2.1 Pengertian Desain Produk.....	16
2.2.2 Indikator Desain Produk	18
2.3 Kepuasan Konsumen.....	19
2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	19
2.3.2 Indikator Kepuasan Konsumen	19
2.4 Loyalitas Konsumen.....	20
2.4.1 Definisi Loyalitas Konsumen.....	20
2.4.2 Tingkatan Loyalitas.....	21
2.4.3 Manfaat Loyalitas Konsumen Bagi Perusahaan	22
2.4.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	23
d. Kepuasan akumulatif (<i>overall satisfaction</i>)	25
2.4.5 Indikator Loyalitas Konsumen	25
2.5 Pengaruh Antar Variabel.....	26

2.5.1 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Loyalitas Konsumen	26
2.5.2 Pengaruh Desain Produk terhadap Loyalitas Konsumen	27
2.5.3 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Kepuasan Konsumen	28
2.5.4 Pengaruh Desain Produk terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.5.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	29
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	30
2.7. Kerangka Pemikiran.....	34
2.8 Hipotesis.....	36
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Rancangan Penelitian.....	35
3.2 Variabel Penelitian.....	35
3.2.1 Macam variabel.....	35
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.3.1 Jenis Data	38
3.3.2 Sumber Data.....	38
3.4 Populasi dan Sampel	39
3.4.1 Populasi.....	39
3.4.2 Sampel.....	39
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.6 Pengolahan Data.....	40
3.6.1 <i>Scoring</i>	40
3.6.2 <i>Editing</i>	41
3.6.2 Tabulasi.....	41
3.6.3. Proses Input ke Komputer.....	41
3.7 Uji Instrumen Data.....	42
3.7.1. Uji Validitas	42
3.7.2 Construk Reliability	43
3.8. Analisis Data	44
3.8.1 Analisis Deskriptif	44

	Halaman
3.8.2 Analisis Data Kuantitatif.....	44
BAB IV	86
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	86
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	86
4.1.1 Profil Produk Honda Vario	86
4.1.2 Generasi Honda Vario.....	86
4.2 Analisis.....	88
4.2.1 Karakteristik Konsumen.....	88
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	90
4.3 Uji Instrumen Penelitian	97
4.4. Analisis Data	103
4.4.1 Analisis Konfirmatori.....	103
4.4.2 Uji Normalitas.....	112
4.4.3 Evaluasi <i>Outliers</i>	113
4.4.5 Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	115
4.4.6 Uji Hipotesis.....	118
4.4.7 Pengaruh Langsung (<i>Direct</i>) dan Tidak Langsung (<i>Indirect</i>).....	122
4.4.8 Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	123
4.5 Pembahasan.....	123
4.5.1 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Loyalitas Konsumen.....	123
4.5.2 Pengaruh Desain Produk terhadap Loyalitas Konsumen	124
4.5.3 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Kepuasan Konsumen	125
4.5.4 Pengaruh Desain Produk terhadap Kepuasan Konsumen	126
4.5.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	127
BAB V.....	128
KESIMPULAN DAN SARAN.....	128
5.1. Kesimpulan	128
5.2. Saran.....	129
5.2.1 Bagi Perusahaan	129
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	130
DAFTAR PUSTAKA	132

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Kelebihan dan Kelemahan pada Honda Vario	3
Tabel 1.2. Penjualan Honda Vario Pada Tahun 2018-2020.....	5
Tabel 3.1 Goodness of Fit Index	51
Tabel 4.1. Data Responden.....	89
Tabel 4.2 Hasil Jawaban Brand Image	90
Tabel 4.3 Jawaban Variabel Desain	92
Tabel 4.4 Jawaban Variabel Kepuasan	94
Tabel 4.5 Jawaban Variabel Loyalitas Konsumen.....	96
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Inovasi Produk	98
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Desain Produk.....	99
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	99
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	100
Tabel 4.10 Uji AVE	103
Tabel 4.11 Discriminant Validity.....	1054
Tabel 4.12. Uji Construct Reliability	64
Tabel 4.13. Uji Model Goodness Of Fit Variabel Eksogen Awal	105
Tabel 4.14. Uji Model Goodness Of Fit Variabel Eksogen Revisi.....	106
Tabel 4.15. Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen Tahap Awal	107
Tabel 4.16. Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen Tahap Revisi	109
Tabel 4.17. Uji Model Goodness Of Fit Variabel <i>Measurement Model</i>	111
Tabel 4.18. Uji normalitas.....	112
Tabel 4.19. Analisis Outliers.....	113
Tabel 4.20. Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i>	116
Tabel 4.21. Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>)	118
Tabel 4.22. Maximum Likelihood Estimates	119
Tabel 4.23. Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	122

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pikir Teoritis	33
Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen Awal..	65
Gambar 4.2. Pengujian Konfirmatory Variabel Revisi	66
Gambar 4.3. Konfirmatory Konstruk Endogen Tahap Awal	68
Gambar 4.4. Konfirmatory Konstruk Endogen Tahap Revisi	69
Gambar 4.5. Konfirmatory Measurement Model	71
Gambar 4.6. Konfirmatory Measurement Model Revisi.....	71
Gambar 4.7. Pengujian Full Model SEM	74
Gambar 4.8. Pengujian Full Model SEM Revisi	75