

**Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas  
Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening**

**(Studi Pengguna Yamaha Nmax pada Komunitas Cangkruk'aN max Surabaya)**

**Skripsi**



**Oleh :**

**Christopher  
19042010113**

**Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset Dan Teknologi**

**Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

**Program Studi Administrasi Bisnis**

**Surabaya**

**2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pengguna Yamaha Nmax pada Komunitas Cangkruk'an max  
Surabaya)

Disusun Oleh :

CHRISTOPHER  
NPM 19042010113

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

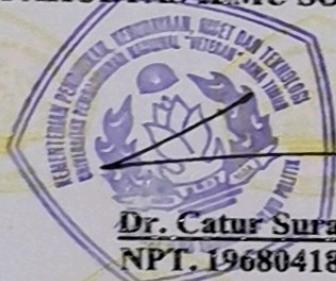
Menyetujui,

PEMBIMBING

Budi Prakowo, S.Sos., M.M  
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NPT. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING

(Studi Pengguna Yamaha Nmax pada Komunitas Cangkruk'aN max Surabaya)

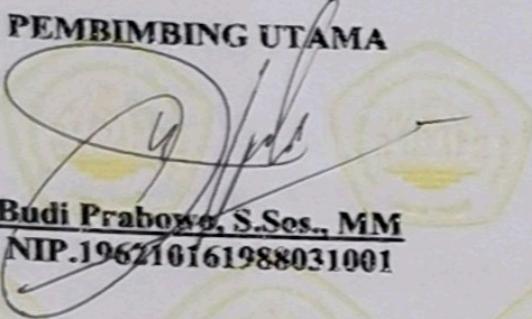
Disusun Oleh :

**CHRISTOPHER**  
NPM 19042010113

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Progam Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 17 Maret 2023

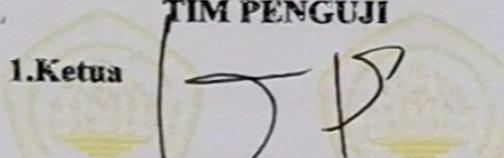
Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA

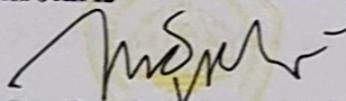
  
**Budi Prabowo, S.Ses., MM**  
NIP.196210161988031001

TIM PENGUJI

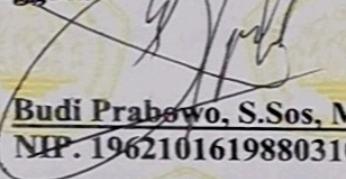
1. Ketua

  
**Dra. Sri Ning Farida, M.Si**  
NIP.196407291990032001

2. Sekretaris

  
**Dr. Rusdi Hidayat N, M.Si**  
NIP. 196112241989031007

3. Anggota

  
**Budi Prabowo, S.Sos, MM**  
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
NIP.196804182021211006

## **SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT**

**Saya yang bertanda tangan dibawah ini:**

**Nama : Christopher**

**NPM : 19042010113**

**Fakultas /Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Judul Skripsi/Tugas Akhir:**

**Tesis/Dsertasi : Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pengguna Yamaha Nmax pada Komunitas Cangkrug`an max Surabaya)**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

**Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.**

Surabaya, 30 Maret 2023

Yang Menyatakan



( Christopher )

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pengguna Yamaha Nmax pada Komunitas Cangkruk’aN max Surabaya)”.

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat untuk memenuhi persyaratan sesuai kurikulum Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Tersusunnya penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Bapak Budi Prabowo, S. SOS, MM. selaku dosen pembimbing Skripsi dengan penuh perhatian dan kesabaran selalu memberi motivasi dan arahan serta meluangkan waktu demi terselesaiannya skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan secara psikologis maupun fisik sehingga penelitian ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis berikan kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
2. Ibu Dra. Acep Samsudin, MA., selaku Koordinator Program Studi Adminiatrasi Bisnis Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial UPN “Veteran” Jawa Timur;

3. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan wawasan sehingga penulis paham dan mengerti tentang Administrasi Bisnis.
4. Kedua orang tua penulis yang telah berkontribusi baik dalam segi material maupun moril sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi
5. Teman – teman seperjuangan Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2019 yang selalu memberi dukungan, motivasi dan saling mendoakan sehingga terciptanya solidaritas untuk menyelesaikan Skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis berharap ada saran dan kritik yang diberikan demi kesempurnaan dan perbaikan sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat memberi manfaat dalam bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lebih lanjut.

Surabaya, Maret 2023

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	8
1.3    Tujuan Penelitian.....	9
1.4    Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LATAR BELAKANG MASALAH.....	10
2.1    Penelitian Terdahulu.....	10
2.2    Landasan Teori .....	14
2.2.1    Pemasaran .....	16
2.2.1.1    Pengertian Pemasaran .....	16
2.2.1.2    Manajemen Pemasaran .....	17
2.2.1.3    Konsep Pemasaran .....	18
2.2.1.4    Fungsi Pemasaran .....	19
2.2.1.5    Bauran Pemasaran .....	20
2.2.2    Harga .....	21
2.2.2.1    Pengertian Harga .....	21
2.2.2.2    Penetapan Harga .....	22
2.2.2.3    Fungsi Harga.....	24
2.2.2.4    Indikator Harga.....	24
2.2.3    Citra Merek .....	25
2.2.3.1    Faktor - Faktor Pembentuk Citra Merek .....	26

2.2.3.2	Manfaat Citra Merek .....	27
2.2.3.3	Indikator Pembentuk Citra Merek .....	27
2.2.4	Kualitas Produk .....	28
2.2.4.1	Pengertian Kualitas Produk .....	28
2.2.4.2	Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk...	29
2.2.4.3	Indikator Kualitas Produk .....	33
2.2.5	Kepuasan Pelanggan .....	34
2.2.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	34
2.2.5.2	Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	34
2.2.5.3	Indikator Kepuasan Pelanggan .....	35
2.2.6	Loyalitas Pelanggan .....	35
2.2.6.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	35
2.2.6.2	Tahap-Tahap Loyalitas Pelanggan .....	36
2.2.6.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	37
2.2.6.4	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan .....	37
2.2.6.5	Indikator Loyalitas Pelanggan .....	39
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	40
2.3.1	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	40
2.3.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	40
2.3.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	41
2.3.4	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	41
2.3.5	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	41
2.3.6	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	42
2.3.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.	42
2.3.8	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan .....	43

2.3.9 Pengaruh citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan .....	43
2.3.10 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan .....	44
2.4 Kerangka Berpikir .....	40
2.5 Hipotesis .....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	44
3.2.1 Definisi Operasional .....	49
3.2.1.1 Variabel Bebas (Independen) .....	50
3.2.1.2 Variabel Intervening .....	52
3.2.1.3 Variabel Terikat (Dependen) .....	53
3.2.2 Pengukuran Variabel .....	54
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	55
3.3.1 Populasi .....	55
3.3.2 Sampel .....	55
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	56
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.4.1 Jenis Data .....	57
3.4.2 Sumber Data .....	57
3.4.3 Pengumpulan Data .....	57
3.5 Teknik Analisis Data.....	58
3.5.1 Teknik Analisis .....	58
3.5.1.1 Uji Validitas .....	58
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	59
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	60
3.5.2.1 Uji Normalitas .....	60
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas .....	60
3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas .....	61

3.5.2.3 Uji Lineartitas .....	62
3.6 Uji Statistik .....	62
3.6.1 Uji t (parsial) .....	62
3.6.2 Uji Koefisiensi Determinan (R <sup>2</sup> ) .....	64
3.7 Uji Hipotesis .....	64
3.7.1 Analisis Jalur (Path Analysis) .....	64
Jadwal Penelitian.....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Gambaran Obyek Penelitian dan Penyajian Data.....	69
4.1.1 Gambaran Umum Yamaha.....	69
4.1.1.1 Sejarah Singkat Yamaha.....	69
4.1.1.2 Terbentuknya PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM).....	70
4.1.1.3 Sejarah Munculnya Yamaha Nmax di Indonesia.....	70
4.1.2 Penyajian Data.....	71
4.1.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	71
4.1.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	74
4.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	82
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	82
4.2.1.1 Uji Validitas.....	82
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	83
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	84
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	84
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas.....	86
4.2.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	87
4.2.2.4 Uji Linearitas.....	89
4.2.3 Analisis Jalur.....	89
4.2.3.1 Sub Struktur 1.....	89
4.2.3.1.1 Uji t.....	90

4.2.3.1.2	Uji Koefisien Determinasi.....	93
4.2.3.2	Sub Struktur 2.....	94
4.2.3.2.1	Uji t.....	95
4.2.3.2.2	Uji Koefisien Determinasi.....	98
4.2.3.3	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	99
4.2.3.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	101
4.2.3.5	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	102
4.3	Pembahasan.....	104
4.4	Matriks Hasil Penelitian.....	112
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
5.1	Kesimpulan.....	118
5.2	Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....		121
LAMPIRAN.....		126

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Tabel Data Penjualan Motor 2019.....	5
Tabel 1.2	Tabel Data Penjualan Motor 2021.....	6
Tabel 3.1	Skala Linkert.....	7
Tabel 4.1	Deskripsi Variabel Harga (X1).....	74
Tabel 4.2	Deskripsi Variabel Citra Merek (X2).....	75
Tabel 4.3	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3).....	77
Tabel 4.4	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	79
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	80
Tabel 4.6	Uji Validitas.....	82
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas.....	84
Tabel 4.8	Uji Normalitas.....	85
Tabel 4.9	Uji Multikolinearitas.....	86
Tabel 4.10	Uji Heterokedastisitas.....	87
Tabel 4.11	Uji Lienaritas.....	89
Tabel 4.12	Analisis Jalur Model 1.....	89
Tabel 4.13	Koefisien Determinan Sub Struktur 1.....	93
Tabel 4.14	Analisa Sub Struktur 2.....	94
Tabel 4.15	Koefisien Determinasi Sub Struktur 2.....	98

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1	Gambar Penjualan Yamaha Nmax dan Honda Pcx 2017.....	7
Gambar 4.1	Klasifikasi Responden Berdasar pada Jenis Kelamin.....	72
Gambar 4.2	Klasifikasi Responden Berdasar pada Usia.....	72
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Bedasar pada Domsili di Surabaya.....	73
Gambar 4.4	Uji Normalitas.....	85
Gambar 4.5	Scatterplot.....	88
Gambar 4.6	Koefisien Jalur.....	99

## **ABSTRAK**

### **Christopher, 1904201013, Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pengguna Yamaha Nmax pada Komunitas Cangkruk'aN Max Surabaya)**

Terdapat banyak pabrikan sepeda motor yang berdiri di Indonesia, hal ini disebabkan oleh banyaknya jumlah pengguna sepeda motor di Indonesia. Terutama pada merek Honda dan Yamaha, dimana kedua merek ini menguasai penjualan di Indonesia. Dengan Honda yang selalu peringkat satu dan Yamaha peringkat dua dalam hal penjualan, namun terdapat satu sepeda motor dari Yamaha yang terkenal dan mampu mengungguli penjualan dari produk Honda yang sekelasnya, produk Yamaha itu adalah Yamaha Nmax. Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui jika terdapat pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai mediasi atau variabel intervening pada pengguna Yamaha Nmax dalam komunitas Cangkruk'aN Max Surabaya. Penelitian yang telah dilaksanakan ini berjenis penelitian kuantitatif dengan mengumpulkan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota dari komunitas Cangkruk'aN Max Surabaya yang memiliki Yamaha Nmax. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa Harga (X1), Citra Merek (X2) dan Kualitas Produk (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z), Harga (X1), Citra Merek (X2) dan Kualitas Produk (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), Kepuasan Pelanggan (Z) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), Harga (X1), Citra Merek (X2) dan Kualitas Produk (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z).

**Kata Kunci : harga ; citra merek ; kualitas produk ; loyalitas pelanggan ; kepuasan pelanggan ; Yamaha Nmax**

## ABSTRACT

**Christopher, 19042010113, Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pengguna Yamaha Nmax pada Komunitas Cangkruk'aN Max Surabaya)**

*There are many motorcycle manufacturers operating in Indonesia, this is due to the large number of motorcycle users in Indonesia. Especially the Honda and Yamaha brands, where these two brands dominate sales in Indonesia. With Honda always ranked first and Yamaha ranked second in terms of sales, but there is one motorcycle from Yamaha that is famous and able to outperform the sales of Honda products in its class, the Yamaha product is Yamaha Nmax. Therefore, this research was conducted to find out if there is an effect of price, brand image and product quality on customer loyalty through customer satisfaction as a mediating or intervening variable for Yamaha Nmax users in the Cangkruk'aN Max Surabaya community. The research that has been carried out is a type of quantitative research by collecting data using a questionnaire. The population in this research are members of the Cangkruk'aN Max Surabaya community who own a Yamaha Nmax. The sample used in this study amounted to 100 respondents and used purposive sampling technique. The data analysis technique used in this research is path analysis and uses the SPSS 25.0 application. The results of the research show that Price (X1), Brand Image (X2) and Product Quality (X3) have a significant effect on Customer Satisfaction (Z), Price (X1), Brand Image (X2) and Product Quality (X3) have a significant effect on Customer Loyalty (Y), Customer Satisfaction (Z) has a significant effect on Customer Loyalty (Y), Price (X1), Brand Image (X2) and Product Quality (X3) have a significant effect on Customer Loyalty (Y) through Customer Satisfaction (Z).*

**Keywords:** *price; brand image; product quality; customer loyalty; customer satisfaction; Yamaha Nmax*