

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
CITRA MEREK HONDA MELALUI LOYALITAS PELANGGAN
PADA BENGKEL HONDA AHASS DIRAWALUMBU**

SKRIPSI

OLEH:

PUTRI OCTAVIA MAHARANI

202010325202



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Citra
Merek Honda Melalui Loyalitas Pelanggan Pada
Bengkel Honda AHASS diRawalumbu

Nama Mahasiwa : Putri Octavia Maharani

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325202

Program Studi/Fakultas : Manajemen/ Ekonomi Bisnis

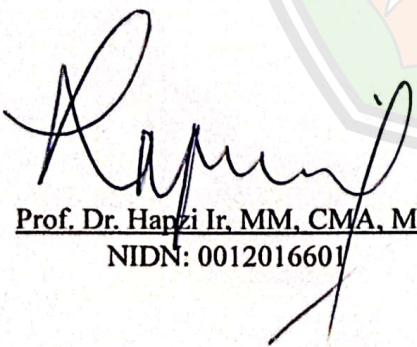
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2024

Jakarta, 26 Juli 2024

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Prof. Dr. Hapzi Ir, MM, CMA, MPM
NIDN: 0012016601


Dr. Muhammad Asir Khan, BA., LLB., LLM
NIDN.0303038004

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap
Citra Merek melalui Loyalitas Pelanggan Pada
Bengkel Motor Honda AHASS diRawalumbu

Nama Mahasiswa : Putri Octavia Maharani

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325202

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2024

Jakarta, 01 Agustus 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA

NIDN. 0326126102

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Heni Rohaeni, S. Sos, M.Si.

NIDN. 0314068202

Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM

NIDN. 0012016601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Dovina Navianti, S.T., M.M.

NIDN : 03270307601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Istianingsih, SE., M.S.Ak.

NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Octavia Maharani
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325202
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 31 Oktober 2002
Alamat : Jln. Biduri Bulan II No. 155 RT.006 RW. 038 Bojong
Rawalumbu Kota Bekasi (17115)

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Citra Merek melalui Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Motor Honda AHASS Di Rawalumbu" sepenuhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak memuat materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali sebagai kutipan referensi dengan mencantumkan sumbernya, ditulis dengan jelas sesuai kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan kecurangan dalam karya ini, saya siap menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai ketentuan yang berlaku.

Saya memberikan izin untuk meminjam dan menyalin skripsi ini melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya secara online sepanjang publikasi dilakukan melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 30 Juli 2024

Yang membuat pernyataan


Putri Octavia Maharani
202010325202

ABSTRAK

Putri Octavia Maharani 202010325202. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Citra Merek Melalui Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Honda AHASS Di Rawalumbu.

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh parsial maupun simultan dari variabel bebas yaitu Kualitas Produk, dan Harga terhadap variabel terikat yaitu Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Bengkel Honda AHASS Di Rawalumbu, Kota Bekasi. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 104 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pengolahan data serta pengujian hipotesis menggunakan *Smart-PLS 4.0*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa 1. Citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan; 2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek; 3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; 4. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek; 5. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Putri Octavia Maharani 202010325202. *The Influence of Product Quality and Price on Brand Image Through Customer Loyalty at the Honda AHASS Workshop in Rawalumbu.*

This research was conducted to determine the partial or simultaneous influence of the independent variables, namely Product Quality and Price, on the dependent variables, namely Brand Image and Customer Loyalty. This research uses quantitative methods. The population in this study were customers of the Honda AHASS Workshop in Rawalumbu, Bekasi City. The number of samples used in this research was 104 respondents. Data collection techniques use questionnaires and data processing and hypothesis testing using Smart-PLS 4.0. The results of this research explain that 1. Brand image has no effect on customer loyalty; 2. Price has a positive and significant effect on Brand Image; 3. Price has a positive and significant effect on Customer Loyalty; 4. Product Quality has a positive and significant effect on Brand Image; 5. Product quality has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: *Product Quality, Price, Brand Image, Customer Loyalty.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang maha Esa Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat dan panjang umur serta kemudahan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Kualiatas Produk Dan Harga Terhadap Citra Merek melalui Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Motor Honda AHASS Di Rawalumbu” ini dapat terselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini mungkin tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan dan doa dari berbagi pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, SE., M.S.Ak. selaku Dekan dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M., selaku Ketua Program Penelitian Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu dan ilmunya untuk dapat membimbing penulis dalam menyusun proposal ini.
5. Bapak Dr. Muhammad Asif Khan, BA., LLB., LLM., selaku dosen pembimbing II yang juga telah membimbing penulis dalam menyusun proposal ini.
6. Ibu Rycha Kuwara Sari., SE., MM. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan serta motivasi kepada penulis.

7. Bapak/ibu dosen serta staf Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara yang telah memberikan ilmu, referensi serta nasihat kepada penulis.
8. Bapak Beni Ariyanto dan Ibu Desy Maryani selaku orang tua penulis yang telah memberikan doa, dukungan moral, dan dukungan finansial yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
9. Dan tidak lupa untuk teman-teman seperjuangan penyusunan skripsi penelitian tahun 2024, yaitu yang teristimewa adalah Rendy Ramadan, Resti Meliana, Novia Hanifah Rahma, dan Sephia Supriyadi dan semuanya yang tidak bisa disebutkan satu persatu juga lainnya ini yang memberikan dukungan yang luar biasa, saling mendukung, dan semangat 45 yang membara untuk mengerjakan skripsi ini.
10. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam proposal penelitian ini, baik dari segi materi maupun dari segi teknis penyajiannya. Hal tersebut tidak luput karena kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam penulisan proposal penelitian ini.

Jakarta, 21 Juli 2024

Putri Octavia Maharani
202010325202

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTAK	v
ABSTRACT.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Batasan Masalah.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9

BAB II	11
TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Telaah Teoritis.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Loyalitas Pelanggan	12
2.1.3 Citra Merek	14
2.1.4 Kualitas Produk	16
2.1.5 Harga.....	20
2.2 Telaah Empiris	22
2.3 Pengaruh Variabel.....	26
2.4 Kerangka Pemikiran	29
2.5 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III.....	31
METODELOGI PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Objek dan Waktu Penelitian.....	31
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel	32
3.4 Teknik Penentuan Jumlah Sampel	33

3.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.6	Jenis dan Sumber Data	33
3.7	Model Konseptual	34
3.8	Definisi Operasional Variabel	34
3.9	Skala pengukuran	37
3.10	Metode Analis Data	38
3.10.1	Outer Model.....	39
3.10.2	Inner Model	41
3.10.3	Uji Hipotesis	42
BAB IV		44
HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.1.2	Profil Perusahaan	44
4.1.3	Visi.....	46
4.1.4	Misi	46
4.1.5	Logo Perusahaan.....	47
4.2	Deskripsi Data	47
4.2.1	Karakteristik Responden	47
4.3	Hasil Data Analisis	52
4.3.1	Skema Model Partial Least Square	52

4.3.2 Hasil Analisis Model Pengukuran (Outer Model)	50
4.3.3 Hasil Analisis Model Pengukuran (Inner Model)	59
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis dan Interpretasi Hasil	62
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	64
BAB V	68
PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Keterbatasan	68
5.3 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Prasurvey.....	7
Tabel 2. 1 Telaah Empiris.....	22
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	37
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	38
Tabel 4. 1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 3 Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 4 Convergent Validity	38
Tabel 4. 5 Averige Variance Extrected	55
Tabel 4. 6 Cross Loading	56
Tabel 4. 7 Cronbach Alpha.....	57
Tabel 4. 8 R- Square.....	38
Tabel 4. 10 F-Square	60
Tabel 4. 11 Uji Hipotesis	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Jumlah Sepeda Motor	2
Gambar 1. 2 Volume Penjualan Sepeda Motor 2024.....	4
Gambar 1. 3 Kerangka E-SAF Vario 160	7
Gambar 1. 4 Grafik Hasil Prasurvey.....	8
Gambar 2. 1Kerangka Berpikir.....	29
Gambar 3. 1 Model Konseptual	34
Gambar 4. 1 AHASS HONDA	47
Gambar 4. 2 Logo Perusahaan.....	47
Gambar 4. 3 Diagram Jenis Kelamin	47
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Usia.....	48
Gambar 4. 5 Diagram Pekerjaan.....	49
Gambar 4. 6 Grafik Outer Model.....	50
Gambar 4. 7 Inner Model	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Uji Plagiarisme	74
Lampiran 1.2 Referensi	78
Lampiran 1.3 Kuesioner	85
Lampiran 1.4 Uji Tabulasi Data	290
Lampiran 1.5 Uji SmartPLS	101
Lampiran 1.6 Buku Bimbingan	107
Lampiran 1.7 Riwayat Hidup.....	113

