

**PENGARUH LOYALITAS MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA
(STUDI KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BHAYANGKARA
JAKARTA RAYA)**

SKRIPSI

Oleh:

Mohamad Dimiyati Hadi Saputra

202010325163



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Loyalitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap
Minat Beli Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Mahasiswa
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Mohamad Dimyati Hadi Saputra

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325163

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENYETUJUI,

BIKSA MAHWASTU DASI

JAKARTA RAYA

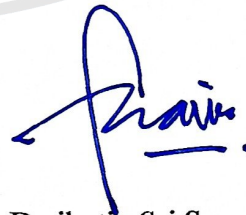
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M.

NIDN: 0327037601



Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M.

NIDN: 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Loyalitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap
Minat Beli Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Mahasiswa
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Mohamad Dimyati Hadi Saputra

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325163

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Agus Dharmanto, S.E., M.M
NIDN. 0305087310

Sekretaris Tim Penguji : Kardinah Indrianna Meutia, S.Pi., M.M
NIDN. 0327059101

Penguji : Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mohamad Dimiyati Hadi Saputra
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325163
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 06 Juli 2002
Alamat : Perum Telaga Murni Blok E5 No. 25, RT 006 / RW 008, Ds.
Telaga Murni, Kec. Cikarang Barat, Kab. Bekasi, Jawa Barat.

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Loyalitas Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini untuk dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 02 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Mohamad Dimiyati Hadi Saputra

202010325163

ABSTRAK

Mohamad Dimiyati Hadi Saputra 202010325163. Pengaruh Loyalitas Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan dari variabel bebas yaitu Loyalitas Merek dan Kualitas Produk terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Angkatan 2020, 2021 dan 2022 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penentuan jumlah sampel penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan rumus slovin dengan jumlah sampel 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian dalam Uji Parsial (T) ditemukan bahwa variabel Loyalitas Merek secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai (t-hitung) $6.299 > 1.98447$ (t-tabel) dan signifikansi $0.000 < 0.05$. Variabel Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai (t-hitung) $9.025 > 1.98447$ dengan signifikansi $0.000 < 0.05$. Dari hasil Uji Simultan (F) didapatkan hasil nilai uji sebesar (f-hitung) $223.036 > 3.09$ (f-tabel) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang menandakan bahwa secara simultan variabel Loyalitas Merek dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli. Pada uji determinasi (R^2) didapatkan hasil bahwa variabel Loyalitas Merek dan Kualitas produk berpengaruh terhadap variabel Minat Beli sebesar 82.1%.

Kata Kunci: Loyalitas Merek, Kualitas Produk, Minat Beli

ABSTRACT

Mohamad Dimiyati Hadi Saputra 202010325163. *The Influence of Brand Loyalty and Product Quality on Interest in Buying Honda Motorcycles (Case Study of Management Study Program Students, Faculty of Economics and Business, Bhayangkara Jakarta Raya University).*

This research was conducted to determine the partial or simultaneous influence of the independent variables, namely Brand Loyalty and Product Quality, on the dependent variable, namely Purchase Interest. This research uses quantitative methods. The population in this study were students from the Classes of 2020, 2021 and 2022, Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Bhayangkara Jakarta Raya University. Determining the sample size for this study used the purposive sampling method with the Slovin formula with a sample size of 100 respondents. Based on the research results in the partial test (T), it was found that the Brand Loyalty variable partially has a positive and significant influence on Purchase Interest with a value (t-count) of $6.299 > 1.98447$ (t-table) and a significance of $0.000 < 0.05$. The Product Quality variable partially has a positive and significant influence on Purchase Interest with a value (t-count) of $9.025 > 1.98447$ with a significance of $0.000 < 0.05$. From the results of the Simultaneous Test (F), the test value obtained was (f-count) $223,036 > 3.09$ (f-table) with a significance value of $0.000 < 0.05$, which indicates that the variables Brand Loyalty and Product Quality simultaneously have a positive and significant effect on the variable Purchase Interest. In the determination test (R²), the results showed that the Brand Loyalty and Product Quality variables had an effect on the Purchase Interest variable by 82.1%.

Keywords: *Brand Loyalty, Product Quality, Purchase Intention*

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 Loyalitas Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara)”** 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. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu dan ilmunya untuk dapat membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak Agus Dharmanto, S.E., M.M selaku Ketua Tim Penguji yang telah memberikan masukan serta bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Kardinah Indrianna Meutia, S.Pi., M.M selaku Sekretaris Tim Penguji yang turut memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis.
7. Ibu Rycha Kuwara Sari, SE., MM. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan serta motivasi kepada penulis.
8. Bapak/Ibu dosen serta staf Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Bhayangkara yang telah memberikan ilmu, referensi serta nasihat kepada penulis.

9. Orang tua serta keluarga yang senantiasa mendukung dan menghibur penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
10. Salsabila Putri Adhistry yang telah menjadi partner yang baik dalam perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.
11. Dan terima kasih kepada Mohamad Dimyati Hadi Saputra yang telah menjalani semua proses perkuliahan dengan baik dan semaksimal mungkin hingga sampai di titik ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi 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 skripsi ini.

Jakarta, 02 Februari 2024

Penulis

Mohamad Dimyati Hadi Saputra

202010325163

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Telaah Teoritis	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.1.3 Perilaku Konsumen	13
2.1.4 Minat Beli	14
2.1.5 Loyalitas Merek	17
2.1.6 Kualitas Produk	23
2.2 Telaah Empiris	27
2.3 Kerangka Konseptual	30
2.4 Hipotesis	31
2.4.1 Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli	31
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	31
2.4.3 Pengaruh Loyalitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	32

BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi Penelitian.....	33
3.2.2 Sampel Penelitian.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data.....	35
3.4 Tahapan Penelitian	36
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	37
3.5.1 Model Konseptual Penelitian.....	37
3.5.2 Operasionalisasi Variabel.....	37
3.5.3 Variabel Bebas.....	38
3.5.4 Variabel Terikat.....	38
3.6 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	39
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6.2 Metode Analisis Data	40
3.6.3 Uji Validitas	40
3.6.4 Uji Reliabilitas.....	41
3.6.5 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.6.6 Uji Regresi Linier Berganda	43
3.6.7 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	46
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	46
4.1.2 Profil Perusahaan	47
4.1.3 Visi.....	48
4.1.4 Misi.....	48
4.1.5 Logo Perusahaan.....	49
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	49
4.3 Uji Kualitas Data	52
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	55

4.4 Uji Asumsi Klasik	57
4.4.1 Uji Normalitas	57
4.4.2 Uji Multikolinieritas	59
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	60
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.6 Uji Hipotesis	63
4.6.1 Uji T (Parsial)	63
4.6.2 Uji F	63
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi	65
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>.....	40
Tabel 3.3 Uji Validitas.....	41
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	51
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Penggunaan.....	52
Tabel 4.6 Uji Validitas Loyalitas Merek (X1).....	53
Tabel 4.7 Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	54
Tabel 4.8 Uji Validitas Minat Beli (Y).....	55
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Loyalitas Merek (X1).....	56
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2).....	56
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Minat Beli (Y).....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	58
Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.15 Uji T.....	63
Tabel 4.16 Uji F.....	64
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65
Tabel 4.18 Ringkasan Hipotesis.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Jumlah Sepeda Motor	2
Gambar 1.2 Volume Penjualan Sepeda Motor Domestik dan Honda.....	3
Gambar 1.3 Volume Penjualan Sepeda Motor 2023	4
Gambar 2.1 Piramida Loyalitas Merek	23
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian.....	37
Gambar 4.1 Logo Astra Honda Motor	49
Gambar 4.2 Uji Normalitas	58
Gambar 4.3 Grafik Scatter Plot.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme

Lampiran 2 Uji Referensi

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Tabulasi Hasil Kuesioner

Lampiran 5 Output SPSS

Lampiran 6 Tabel R, T & F

Lampiran 7 Kartu Bimbingan

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

