

**PENGARUH PERIKLANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA SEPEDA MOTOR HONDA VARIO**

SKRIPSI

NAMA : Relfin

NIM : 43109010080



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**

**PENGARUH PERIKLANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA SEPEDA MOTOR HONDA VARIO**

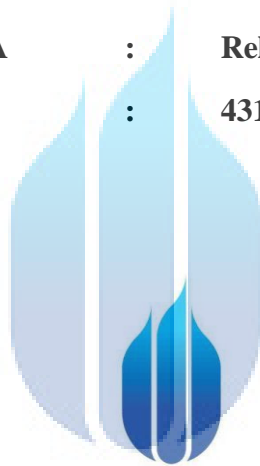
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

NAMA : Relfin
NIM : 43109010080



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MERCU BUANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Relfin

NIM : 43109010080

Program Studi : Manajemen - S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya.

Jakarta, 28 Agustus 2013



43109010080

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Relfin

Nim : 43109010080

Program : Manajemen S1

Judul Skripsi : Pengaruh Periklanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas
Konsumen Pada Sepeda Motor Honda Vario

Tanggal Ujian : 12 September 2013

Disahkan oleh,
Pembimbing,



(RM Rasyid, SE, MM)

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi Manajemen,



(Dr. Wiwik Utami, Ak, MS)



(Dr. Rina Astini, SE, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi Berjudul

**Pengaruh Periklanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Pada
Sepeda Motor Honda Vario**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Relfin

NIM : 43109010080

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 12 September 2013

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



(RM Rasyid, SE, MM)

Anggota Dewan Penguji



UNIVERSITAS
MERCUBUANA

(Daru Asih, SE, M.Si)

Anggota Dewan Penguji



(Dra. Evawati Khumaedi, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Periklanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sepeda Motor Honda Vario** “. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, banyak kekurangan dan keterbatasan, namun demikian penulis berusaha agar penyusunan skripsi ini tetap memiliki syarat sebagai karya tulis yang bersifat ilmiah.

Penulis mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada Bapak RM Rasyid, SE , MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat – nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang turut membantu sehingga penulisan Tugas Akhir (skripsi) ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana terima kasih atas perhatian Bapak selama ini .

2. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak, M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Orang Tuaku tersayang Shaiful Bahri dan Sunah yang senantiasa memberikan dukungan, perhatiannya, doa serta motivasi baik moril maupun materi selama penyusunan skripsi ini berlangsung.
4. Kakak – Kakakku tersayang Rezalish dan Renilda yang selalu mendukung dan memotivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kepada teman - teman di kampus. Terima kasih saya ucapkan atas bantuan dan kerjasama kalian.
6. Kepada teman – teman Warpol yang selalu menemani begadang selama penyusunan skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini, dan untuk itulah semua saran-saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini serta besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah ilmu pengetahuan bagi kita semua. Amin ya Rabbal a'lamin.

Jakarta, 12 September 2013

Relfin

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	v iii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	5
1.3 Perumusan Masalah	5

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Bagi Penulis	7
1.5.2 Bagi Perusahaan	7
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.3 Periklanan	10
2.3.1 Pengertian Periklanan	10
2.3.2 Tujuan Periklanan	11
2.3.3 Media Periklanan	14
2.3.3.1 Televisi Sebagai Media Periklanan	15
2.4 Citra Merek	18
2.4.1 Pengertian Merek	18
2.4.2 Pengertian Citra Merek	19

2.4.3 Membangun Citra Merek	20
2.4.4 Manfaat Citra Merek	21
2.5 Loyalitas Konsumen	22
2.5.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	22
2.5.2 Jenis Loyalitas	25
2.5.3 Mengukur Loyalitas Konsumen	27
2.5.4 Manfaat Loyalitas	28
2.6 Pengaruh Periklanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen..	29
2.6.1 Pengaruh Periklanan terhadap Loyalitas Konsumen	29
2.6.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen ...	29
2.7 Penelitian Terdahulu	30
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Obyek Penelitian	32
3.1.1 Lokasi Penelitian	32
3.1.2 Sejarah Perusahaan	32
3.1.3 Profil Perusahaan	34
3.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	35

3.2 Desain Penelitian	35
3.3 Hipotesis	36
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran	37
3.4.1 Variabel Pengukuran.....	37
3.4.2 Skala Pengukuran.....	37
3.4.3 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	38
3.5 Metode Pengumpulan Data	40
3.6 Jenis Data	41
3.7 Populasi dan Sampel	42
3.7.1 Populasi	42
3.7.2 Sampel	42
3.8 Metode Analisis Data	43
3.8.1 Uji Validitas	43
3.8.2 Uji Reliabilitas	44
3.8.3 Uji Normalitas	44
3.8.4 Uji Asumsi Klasik	45
3.8.4.1 Uji Multikolinieritas	45

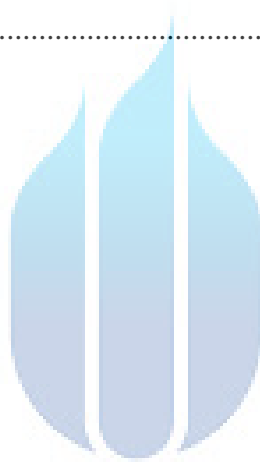
3.8.4.2 Uji Heteroskedastisitas	46
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi	47
3.8.6 Uji Analisis Regresi Berganda	48
3.8.7 Pengujian Hipotesis Uji t	49
3.8.8 Pengujian Hipotesis Uji F.....	51
 BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Karakteristik Responden	53
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	53
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	
.....	54
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	55
4.2 Uji Validitas	56
4.3 Uji Reliabilitas	59
4.4 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Responden Terhadap Variabel Periklanan Citra	
Merek dan Loyalitas Konsumen	60
4.5 Uji Normalitas.....	62
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	63

4.6.1 Uji Multikolinearitas	63
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas	64
4.7 Uji Koefisien Determinasi	65
4.8 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.9 Uji Hipotesis	68
4.9.1 Uji t (Uji Parsial).....	68
4.9.2 Uji F (Uji Simultan)	70
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Operasional Variabel Periklanan	39
3.2 Operasional Variabel Brand Image	39
3.3 Operasional Variabel Loyalitas Konsumen	40
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	55
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	55
4.5 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Periklanan (X1)	56
4.6 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Citra Merek (X2)	57
4.7 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Loyalitas Konsumen (Y)	58
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	59
4.9 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Terhadap Variabel Periklanan	60
4.10 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Terhadap Variabel Citra Merek	61
4.11 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen...	61

4.12 Hasil Uji Normalitas	62
4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	63
4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	65
4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	67
4.16 Hasil Uji t Statistik	68
4.17 Hasil Uji F Statistik	70



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 The Customer Loyalty Pyramid.....	24
4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	76
Lampiran 1 Kuesioner	77
Lampiran 2 Daftar Karakteristik Responden	80
Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Reponden Terhadap Variabel Periklanan Citra Merek dan Loyalitas Konsumen	81
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	85
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	87
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	88
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	88
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	89
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	89
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis	90