

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KOMITMEN MEREK, DAN
CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK SEPEDA MOTOR
YAMAHA NMAX**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

BAGAS PRAKOSA

B 100 180 244

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca dan mencermati Skripsi dengan
Judul:

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KOMITMEN MEREK, DAN
CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK SEPEDA MOTOR
YAMAHA NMAX**

Yang ditulis dan disusun oleh:

BAGAS PRAKOSA
B 100 180 244

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk
diterima.

Surakarta, 1 Agustus 2022

Dosen Pembimbing



Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Dr. Agus Setyawan, S.E., M.Si.
NIK/NIDN: 829/0616087401

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KOMITMEN MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX

Oleh:

BAGAS PRAKOSA
B 100 180 244

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 1 Agustus 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Ahmad Mardalis, S.E., MBA
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Zulfa Irawati, S.E., M.Si.
(Anggota II Dewan Penguji)

()
()
()

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta




Prof. Dr. Agus Setvawan, S.E., M.Si.
NIK/NIDN: 829/0616087401



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Bagas Prakosa**

NIM : **B100180244**

Jurusan : **Manajemen**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan Merek, Komitmen Merek, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Yamaha Nmax**

menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya buat dan saya serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri dan publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi. Seluruh sumber yang menjadi pendukung dalam karya saya ini telah dicantumkan sumbernya pada daftar pustaka. Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 1 Agustus 2022

Penulis,

Bagas Prakosa

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui.”

(QS. Al-Baqarah ayat 216)

“...Janganlah kamu berduka cita, sesungguhnya Allah selalu bersama kita...”

(QS. At-Taubah ayat 40)

“Kita tidak saja perlu bekerja dengan baik, tetapi juga perlu menggunakan waktu senggang dengan baik.”

(Aristoteles)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah penulis ucapkan atas berkah, rahmat dan limpahan nikmat Allah SWT berupa kesehatan serta kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan pengerjaan skripsi ini dengan baik. Penelitian ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk, serta nikmat yang diberikan sampai saat ini. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan berkah bagi kita semua.
2. Rasulullah SAW, yang menjadi tauladan penulis semoga sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada beliau, keluarga serta sahabat.
3. Kedua orang tua tercinta yang tanpa henti memberikan dukungan dan kasih sayang dan doa sehingga penulis mampu menjalani semua ini.
4. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Dr. Rini Kuswati, S.E, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasehat, serta arahannya.
7. Ahmad Mardalis, S.E., M.B.A. selaku Penguji I yang telah memberikan bimbingan serta nasehatnya.
8. Zulfa Irawati, S.E., M.Si. selaku Penguji II Skripsi yang telah memberikan bimbingan serta nasehatnya.

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan merek, komitmen merek dan citra merek terhadap loyalitas merek dengan studi kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 130 responden. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Adapun jenis data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini merupakan data primer yaitu dengan kuesioner menggunakan skala pengukuran Likert. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan program SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan merek, komitmen merek dan citra merek secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek sepeda motor merek Yamaha NMAX. Ketiga variabel independen tersebut secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek sepeda motor merek Yamaha NMAX.

Kata Kunci: Kepercayaan Merek, Komitmen Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand trust, brand commitment and brand image on brand loyalty with a case study of students at Muhammadiyah University of Surakarta. The sample in this study amounted to 130 respondents. This research is a type of quantitative research. The type of data used in this study is primary data by using a questionnaire using a Likert measurement scale. The data analysis technique of this research uses multiple linear regression with SPSS version 25 program. The results of this study indicate that brand trust, brand commitment and brand image partially have a positive and significant influence on brand loyalty of Yamaha NMAX motorcycles. The three independent variables simultaneously have a positive and significant influence on brand loyalty of the Yamaha NMAX motorcycle brand.

Keywords: Brand Trust, Brand Commitment, Brand Image, Brand Loyalty.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Merek, Komitmen Merek, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Yamaha NMAX”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk, dan nikmat yang diberikan sampai saat ini. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan berkah bagi kita semua.
2. Rasulullah SAW, yang menjadi tauladan penulis semoga sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada beliau, keluarga serta sahabat.
3. Kedua orang tua tercinta yang tanpa henti memberikan dukungan dan kasih sayang dan doa sehingga penulis mampu menjalani semua ini.
4. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Dr. Rini Kuswati, S.E, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D. selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasehat, serta arahannya.
7. Ahmad Mardalis, S.E., M.B.A. selaku Penguji I yang telah memberikan bimbingan serta nasehatnya.
8. Zulfa Irawati, S.E., M.Si. selaku Penguji II yang telah memberikan bimbingan serta nasehatnya.
9. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis dan membantu dalam bidang administrasi

penulis.

10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun memiliki arti penting dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Surakarta, 27 Juli 2022

Penulis

Bagas Prakosa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Loyalitas Merek	10
B. Kepercayaan Merek	11
C. Komitmen Merek	13
D. Citra Merek	14
E. Penelitian Terdahulu	16
F. Pengembangan Hipotesis	21
G. Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Jenis Penelitian.....	27

B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
C. Data dan Sumber Data	31
D. Metode Pengumpulan Data.....	31
E. Desain Pengambilan Sampel.....	32
F. Metode Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Deskripsi Responden.....	39
B. Analisis Data	42
C. Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Keterbatasan Penelitian.....	56
C. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	41
Tabel 4. 4 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kepercayaan Merek	43
Tabel 4. 5 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Komitmen Merek	43
Tabel 4. 6 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Citra Merek	44
Tabel 4. 7 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Loyalitas Merek	44
Tabel 4. 8 Ringkasan Hasil Analisis Reliabilitas Variabel	45
Tabel 4. 9 Ringkasan Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4. 10 Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4. 11 Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4. 12 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Determinasi, Uji F dan Uji t.....	48
Tabel 4. 13 Ringkasan Hasil Uji F	50
Tabel 4. 14 Ringkasan Hasil Uji t	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	25
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2. Data Kuesioner	73
Lampiran 3. Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek.....	78
Lampiran 4. Uji Validitas Variabel Komitmen Merek	79
Lampiran 5. Uji Validitas Variabel Citra Merek	80
Lampiran 6. Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek.....	81
Lampiran 7. Uji Reliabilitas	82
Lampiran 8. Uji Asumsi Klasik	83
Lampiran 9. Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
Lampiran 10. Tabel r.....	87
Lampiran 11. Tabel F.....	90
Lampiran 12. Tabel t.....	93