



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA
VARIO TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN
DI KECAMATAN GLENMORE KABUPATEN BANYUWANGI**

SKRIPSI

Oleh :

**YOGIK PRIYANTORO
NIM 070810201136**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2012**



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA
VARIO TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN
DI KECAMATAN GLENMORE KABUPATEN BANYUWANGI**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

YOGIK PRIYANTORO
NIM 070810201136

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL : PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN MENJADI PELANGGAN HARIAN PAGI
KOMPAS PADA MASYARAKAT DI WILAYAH
PERKOTAAN JEMBER

NAMA : ADITYA PRAYUGA

NIM : 070810291156

JURUSAN : MANAJEMEN

KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Adi Prasodjo, MP

NIP 19550516 198703 1 001

Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D

NIP 19660408 199103 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Prof. Dr. Isti Fadah, S.E, M.Si

NIP 19661020 199002 2 001

PERSEMBAHAN

Persembahan skripsi ini untuk:

1. Ayah dan Ibu, terima kasih doa dan pengorbanannya selama ini
2. Saudara-saudaraku di Banyuwangi, terima kasih dukungannya
3. Adikku yang selalu menemaniku dan memberikan semangat sehingga skripsi ini terselesaikan
4. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

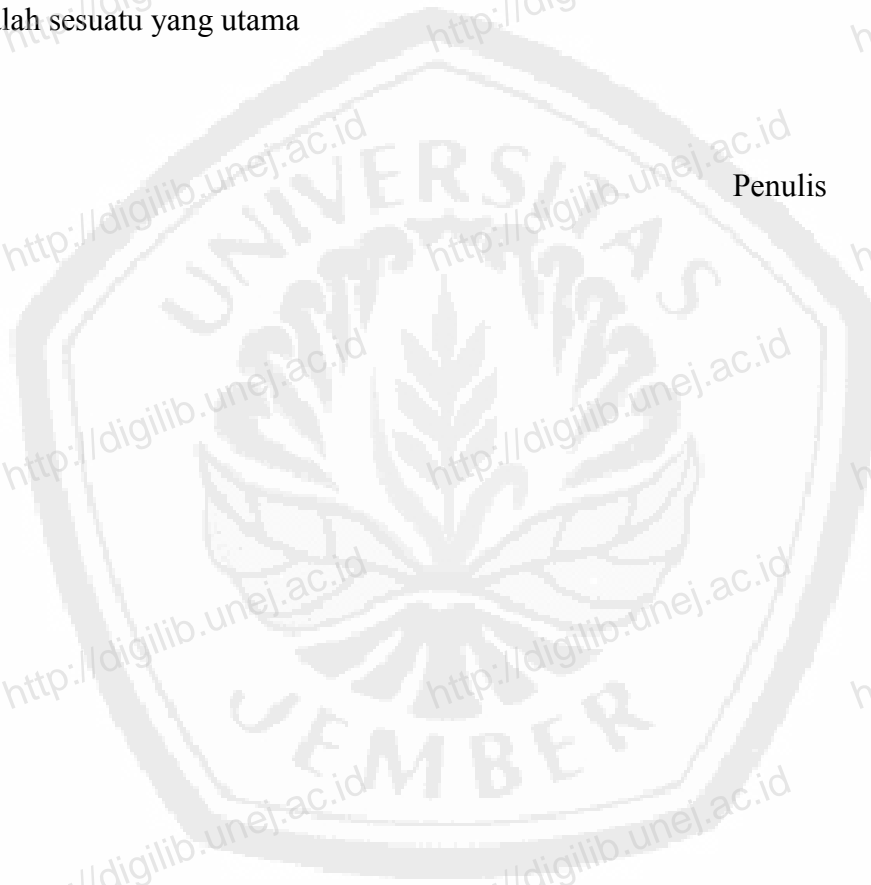


MOTTO

Sesali masa lalu karena ada kekecewaan dan kesalahan – kesalahan, tetapi jadikan penyesalan itu sebagai senjata untuk masa depan agar tidak terjadi kesalahan lagi.

Sabar dalam mengatasi kesulitan dan bertindak bijaksana dalam mengatasinya adalah sesuatu yang utama

Penulis



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yogik Priyantoro

NIM : 070810201136

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk Sepeda Motor Merek Honda Vario terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen di Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi “ adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 14 Juni 2012

Yang menyatakan,



Yogik Priyantoro
NIM 070810201136

SKRIPSI

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA
VARIO TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DI
KECAMATAN GLENMORE KABUPATEN BANYUWANGI**

Oleh

Yogik Priyantoro
NIM 070810201136

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Adi Prasodjo, MP

PENGESAHAN

PENGARUH ATRIBUT PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA VARIO TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DI KECAMATAN GLENMORE KABUPATEN BANYUWANGI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Yogik Priyantoro

NIM : 070810201136

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Sumber Daya Manusia

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal 19 Juni 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : **Dr. M. Dimyati, SE.M.Si** :.....
NIP. 19670421 199403 1 008

Sekretaris : **Drs. Adi Prasodjo, MP** :.....
NIP. 19550516 198703 1 001

Anggota : **Prof. Dr.R. Andi Sularo, MSM** :.....
NIP. 19600413 198603 1 002



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc

NIP. 19560831 198403 1 002

RINGKASAN

Pengaruh Atribut Produk Sepeda Motor Merek Honda Vario terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen di Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi; Yogik Priyantoro, 070810201136; 2012:63 Halaman; Jurusan Ekonomi Universitas Jember.

Salah satu upaya untuk menciptakan keunggulan bersaing adalah dengan mengembangkan produk, atribut produk yang melekat pada barang merupakan masalah yang harus dibuat strateginya agar tercipta kepuasan dan loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh atribut produk terhadap kepuasan konsumen; untuk menguji pengaruh atribut produk terhadap loyalitas konsumen; untuk menguji pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory*. Populasi penelitian ini adalah konsumen Honda Vario di Kabupaten Banyuwangi. Sampel terpilih sebanyak 60 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Motor Honda Vario di Kecamatan Glenmore. Hal itu berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa atribut produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti. Hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa atribut produk Honda Vario telah mampu memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas terhadap atribut produk yang dimiliki Honda Vario. Atribut produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Honda Vario di Kecamatan Glenmore. Hal ini berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa atribut produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen terbukti. Hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa peningkatan atribut produk Honda Vario akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap Honda Vario. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas produk Honda Vario di Kecamatan

Glenmore. Hal itu berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen terbukti. Berarti semakin tinggi kepuasan konsumen akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk Honda Vario.

Kesimpulan penelitian ini adalah atribut produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen Honda Vario di kecamatan Glenmore Banyuwangi.



SUMMARY

The Effect of Product Attributes at Honda Vario Motorcycles on Consumer Satisfaction and Loyalty in the Glenmore district Banyuwangi; Yogik Priyantoro, 070810201136; 2012:63 Page: Department of Economics; University of Jember.

One effort to create a competitive advantage is to develop products, product attributes are attached to the goods is an issue that should be the strategy to create customer satisfaction and loyalty. The purpose of this study to examine the effect of product attributes on customer satisfaction; to test the effect of product attributes on customer loyalty; to test the effect of customer satisfaction on consumer loyalty.

The study design used in this study is explanatory research. This study population were Honda Vario's consumers in Banyuwangi. Selected sample of 60 people. Analysis methods used is path analysis.

The results showed that the product attributes had significant effect on Honda Vario Motorcycle 's customer satisfaction in the Glenmore district. It was based on test results show that the path coefficients of the first hypothesis which states that the product attributes had significant effect on customer satisfaction was proven. The results could be interpreted that Honda Vario's product attributes have been able to meet the expectations of consumers so that consumers were satisfied with the product attributes that are owned Honda Vario. Product attributes had significant effect on loyalty in the Glenmore district. This path coefficients based on test results showing that the second hypothesis which states that the product attributes had significant effect consumer loyalty was proven. The results could be interpreted that the increase in Honda Vario's product attributes, will increase Honda Vario consumer loyalty towards. Customer satisfaction have a significant effect on product loyalty in Glenmore District. It was based on test results show that the path coefficients of the third hypothesis which states that customer satisfaction had significant effect consumer loyalty is proven. Means

higher customer satisfaction will increase customer loyalty to the product Honda Vario.

Conclusions of this study is the product attributes had significant effect Honda Vario's customer satisfaction and loyalty in the district of Glenmore Banyuwangi.



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Adi Prasodjo, MP selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 4 Juni 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACK	xi
PRAKATA	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1 Produk dan Atribut Produk	12
2.2.2. Kepuasan Konsumen	21
2.2.3 Loyalitas Konsumen	27
2.3. Kerangka Konseptual	29
2.4. Hipotesis	30

BAB 3. METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	32
3.3 Metode Pengumpulan Data	32
3.5. Identifikasi Variabel	32
3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran	33
3.7. Skala Pengukuran	35
3.8 Uji Instrumen Data	35
3.8.1 Uji Validitas	35
3.8.2 Uji Reliabilitas	36
3.9 Metode Analisis Data	36
3.9.1 Uji Normalitas Data	36
3.9.2 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	37
3.9.3 Uji Asumsi Klasik	38
3.9.4 Menghitung Jalur	40
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	41
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.1 Gambaran Umum Kecamatan Glenmore	43
4.1.2 Gambaran Umum Produk Honda Vario	44
4.2 Karakteristik Responden	45
4.3 Deskripsi Penilaian Responden	47
4.4 Uji Instrumen	51
4.4.1 Uji validitas	51
4.4.2 Uji Reliabilitas	51
4.5 Analisis Data	51
4.5.1 Uji Normalitas Data	51
4.5.2 Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	52
4.5.3 Uji Asumsi Klasik	53
4.5.4 Hasil Pengujian Hipotesis	56

4.6 Pembahasan	58
4.6.1 Pengaruh Atribut produk terhadap Kepuasan Konsumen	58
4.6.2 Pengaruh Atribut produk terhadap Loyalitas Konsumen	59
4.6.3 Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Honda Vario	60
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1. Kesimpulan.....	62
5.2. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

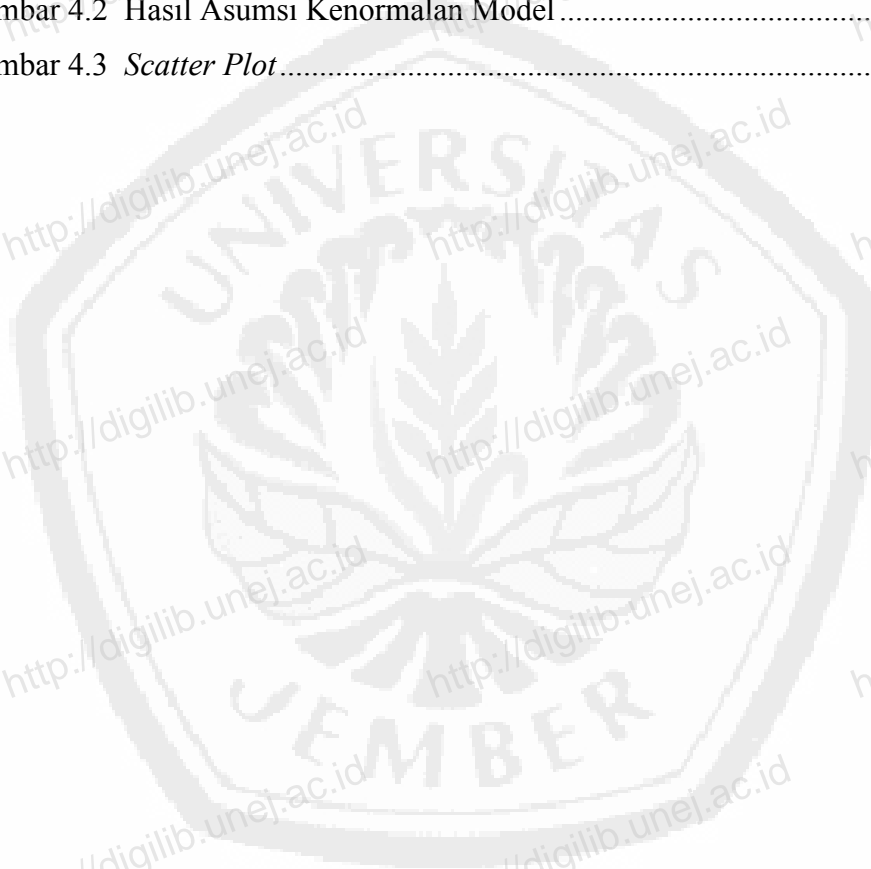


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	11
Tabel 4.1	Distribusi Umur Responden Konsumen Honda Vario di Kecamatan Glenmore	45
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	46
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	47
Tabel 4.4	Deskripsi Penilaian Responden terhadap Variabel Atribut produk (X)	47
Tabel 4.5	Deskripsi Penilaian Responden terhadap Kepuasan Konsumen (Z)..	48
Tabel 4.6	Deskripsi Penilaian Responden terhadap Kepuasan Konsumen (Z)..	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Data	51
Tabel 4.8	Reliabilitas Instrumen Penelitian	51
Tabel 4.9	Uji Normalitas Data dengan <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	52
Tabel 4.10	Nilai Koefisien Jalur dan Pengujian Hipotesis.....	53
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.12	Perhitungan Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak langsung dan Total Pengaruh	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	37
Gambar 3.2 Alur Pemecahan Masalah	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	54
Gambar 4.2 Hasil Asumsi Kenormalan Model.....	56
Gambar 4.3 <i>Scatter Plot</i>	57



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Penilaian Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Data
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Data
- Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas Data
- Lampiran 7 Hasil Analisis Jalur

