



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN EKUITAS MEREK
SEPEDA MOTOR HONDA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA UD JAYA ABADI MOTOR JEMBER**

*THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRAND EQUITY OF HONDA
MOTORCYCLE TO THE CUSTOMERS SATISFACTION
AT UD JAYA ABADI MOTOR JEMBER*

SKRIPSI

Oleh

**Syaifullah Hidayat Priyahita Sambora
NIM 050910202156**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda Marino dan Ibunda Buinem, terima kasih atas segala doa, motivasi, pelajaran, dan kasih sayang yang telah diberikan.
2. Ayahanda Almarhum Supa'at dan Ibunda Misyati yang telah memberikan semangat, dorongan, dan kasih sayang yang telah diberikan.
3. Bapak Ibu Guru sejak Taman Kanak-kanak sampai Perguruan Tinggi yang telah memberikan ilmu dan membimbingku dengan penuh kesabaran dan ketulusan.
4. Almamater, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTTO

Jika ingin membangun brand yang kuat perusahaan tidak boleh hanya mengandalkan iklan. Perusahaan harus melakukan sesuatu yang mengena di benak konsumen, tidak sekadar menjual tetapi memiliki implikasi jangka panjang. *)

*) Kartajaya, Hermawan. 2005. *4G Marketing*. Jakarta: Mark Plus& Co.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syaifullah Hidayat Priyahita Sambora

NIM : 050910202156

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ekuitas Merek Sepeda Motor Honda Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD Jaya Abadi Motor Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi 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 adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 14 Desember 2012
Yang menyatakan,

Syaifullah Hidayat Priyahita Sambora
NIM 050910202156

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN EKUITAS MEREK
SEPEDA MOTOR HONDA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA UD JAYA ABADI MOTOR JEMBER**

*THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRAND EQUITY OF HONDA
MOTORCYCLE TO THE CUSTOMERS SATISFACTION
AT UD JAYA ABADI MOTOR JEMBER*

Oleh

**Syaifullah Hidayat Priyahita Sambora
NIM 050910202156**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Sugeng Iswono, MA

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ekuitas Merek Sepeda Motor Honda Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD Jaya Abadi Motor Jember” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Kamis, 27 Desember 2012

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Drs. Poerwanto, MA
NIP 194907151984031002

Pembimbing Utama,

Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM
NIP 197508252002121002

Anggota I,

Drs. Didik Eko Julianto, MAB
NIP 196107221989021001

Pembimbing Anggota,

Drs. H. Sugeng Iswono, MA
NIP 195402021984031004

Anggota II,

Drs. Suhartono, MP
NIP 196002141988031002

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP 195207271981031003

RINGKASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ekuitas Merek Sepeda Motor Honda Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD Jaya Abadi Motor Jember; Syaifullah Hidayat Priyahita Sambora; 050910202156; 2012; 108 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

UD Jaya Abadi Motor Jember merupakan badan usaha yang bergerak di bidang jasa. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang menghubungkan antara dua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Obyek penelitian ini yaitu konsumen yang memanfaatkan jasa layanan servis berkala gratis pada UD Jaya abadi Motor Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen pada UD Jaya Abadi Motor Jember. Data primer diperoleh melalui metode kuesioner dari 84 responden yaitu konsumen yang memanfaatkan jasa layanan servis berkala gratis pada UD Jaya abadi Motor Jember. Data yang telah diolah kemudian dianalisis dengan menggunakan rumus analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Nilai masing-masing koefisien regresi variabel independen dari model regresi linier yaitu kualitas pelayanan (*service quality*)/ X_1 sebesar 0,409, dan ekuitas merek (*brand equity*)/ X_2 sebesar 0,386. Dari nilai masing-masing koefisien regresi variabel independen tersebut didapatkan nilai positif. Hal ini menggambarkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (*service quality*), dan ekuitas merek (*brand equity*), mempunyai pengaruh positif terhadap besarnya tingkat kepuasan konsumen, artinya dengan semakin besarnya variabel independen maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin besar pula.

Pada penelitian ini analisis data yang digunakan adalah uji instrument penelitian dengan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menunjukkan bahwa masing-

masing indikator yang digunakan baik dalam variabel independen maupun dependen mempunyai nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05%, sehingga semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, karena memiliki koefisien keandalan reliabilitas lebih besar dari 0,60, sehingga semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Berdasarkan pada hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 45.770 dan nilai F hitung tersebut lebih besar dari pada F tabel, sedangkan perhitungan uji t diperoleh nilai T hitung $>$ T table, nilai T tabel \pm 1.663. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis kerja (H_a) diterima. Berdasarkan ketentuan tersebut, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan ekuitas merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UD Jaya Abadi Motor Jember.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah Swt atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ekuitas Merek Sepeda Motor Honda Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD Jaya Abadi Motor Jember” untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA, Ph.D, selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Dr. Sasongko, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
5. Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM, selaku dosen pembimbing pertama atas kesabaran untuk meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Drs. Sugeng Iswono, MA, selaku dosen pembimbing dua yang juga memberikan pengarahan dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
7. Budi Wijaya SH, SE, MM, selaku Pimpinan UD Jaya Abadi Motor Jember, yang telah memberi ijin penelitian pada perusahaan yang beliau pimpin.
8. Kakakku Tobagus Rahmawanto, Ririn Fatmawati, Slamet Suwono terima kasih atas dukungan, harapan, Doa, dan kasih sayang yang telah diberikan selama ini.

9. Adik dan Keponakanku Angga Dwiza Agus Pratama, Afiffa Tanika Bayu, Darel Farraby Bayu, Zatalini Izzazi Bayu, Mareta Alea Suwenda, Lingga Leo Ghalia Suwenda, dan Ashyfa Virginia Ramadhani terima kasih selama ini telah banyak menghibur penulis.
10. Calon Istriku Saraswati Yanuarningtyas SH, terima kasih untuk dukungan, doa, kesabaran dan kesetiaannya selama ini.
11. Hj. Sukiasti Twie Andari, Rahayu Rezky Anggraeni S.Psi, dan Santi Dwie Lestari SE terima kasih atas dukungan, harapan, dan doanya.
12. Sahabatku Miko, Surip, Noval, Opank, Jojo, Praga, Amin, Agun, Heru, Veri, Rudy, Armand, Edo, Empink, Hahan, Reza, Viki, dan Romy Suharto terima kasih atas dukungan, motivasi, kebersamaan, dan doanya. Singkatnya kebersamaan kita akan menjadi kenangan dalam waktu yang lama dan tak akan penulis lupakan.
13. Rekan-rekan serta sahabat-sahabatku di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, Desember 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	7
2.2 Pemasaran Jasa	
2.2.1 Defenisi Jasa	8
2.2.2 Klasifikasi Jasa	9
2.2.3 Karakteristik Jasa	11
2.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	12

2.4 Dimensi Kualitas Jasa	16
2.5 Prinsip – Prinsip Kualitas Jasa	17
2.6 Model Kualitas Pelayanan	19
2.7 Tingkat Kepuasan Konsumen	21
2.8 Manajemen Pemasaran	
2.9.1 Definisi Manajemen Pemasaran.....	23
2.9.2 Ruang Lingkup Bauran Pemasaran	24
2.9.3 Produk	25
2.9 Merek	
2.10.1 Definisi Merek	27
2.10.2 Peran Dan Kegunaan Merek	28
2.10.3 Membangun Merek Yang Kuat.....	29
2.10 Ekuitas Merek	
2.11.1 Definisi Ekuitas Merek	31
2.11.2 Peran Ekuitas Merek	32
2.11 Elemen Ekuitas Merek	
2.11.1 Kesadaran Merek	34
2.11.2 Asosiasi Merek.....	36
2.11.3 Kesan Kualitas Merek.....	37
2.11.4 Loyalitas Merek	39
2.12 Penelitian Terdahulu	42
2.13 Hipotesis	44
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	45
3.2 Metode Pengumpulan Data	45
3.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.4 Responden Penelitian	47
3.5 Metode Sampling	48

3.5.1	Jenis dan Sumber Data	44
3.5.2	Metode Pengumpulan Data	45
3.6	Definisi Operasional Variabel	
3.6.1	Variabel Terikat	48
3.6.2	Variabel Bebas	49
3.7	Model Analisis	52
3.8	Metode Pengolahan Data	
3.8.1	Distribusi Frekuensi	53
3.8.2	Analisis Tabulasi Silang	53
3.8.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	55
3.8.4	Analisis Regresi	57
3.9	Alur Pemecahan Masalah	59
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	61
4.1.2	Lokasi Perusahaan	62
4.1.3	Struktur Organisasi	62
4.1.4	Uraian Tugas dan Wewenang	63
4.1.5	Aspek Personalia.....	66
4.1.6	Jam Kerja Karyawan	67
4.1.7	Sistem Produksi	67
4.1.8	Daerah Pemasaran Dan Sistem Penjualan	68
4.1.9	Program UD Jaya Abadi Motor	70
4.1.10	Sistem Gaji Dan Kesejahteraan Karyawan	71
4.2	<i>Pre-Test</i>	
4.2.1	Uji Validitas	72
4.2.2	Uji Reliabilitas	75

4.3 Hasil Pengumpulan Data	
4.3.1 Karakteristik Responden	76
4.3.2 Deskripsi Variabel Penelitian	77
4.4 Uji Asumsi Klasik	91
4.5 Uji Regresi Berganda.....	93
4.6 Pembahasan.....	98
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data penjualan tiga besar produsen sepeda motor di Indonesia tahun 2006-2011	2
1.2 Data penjualan sepeda motor di Indonesia tahun 2011	3
2.1 Penelitian terdahulu dalam bentuk jurnal yang mempunyai relevansi Dengan penelitian sekarang	40
3.1 Data penjualan sepeda motor Honda pada UD Jaya Abadi Motor Jember September 2011- Juni 2012.....	46
3.2 Kriteria indeks reliabilitas	56
4.1 Jumlah dan tingkat pendidikan karyawan UD Jaya Abadi Motor	66
4.2 Rekapitulasi hasil uji validitas X1.....	72
4.3 Rekapitulasi hasil uji validitas X2.....	72
4.4 Rekapitulasi hasil uji validitas Y.....	72
4.5 Rekapitulasi hasil uji reliabilitas	74
4.6 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	75
4.7 Karakteristik responden berdasarkan jenis usia	75
4.8 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan	77
4.9 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	77
4.10 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item lokasi dealer	78
4.11 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item fasilitas fisik UD Jaya Abadi Motor Jember.....	78
4.12 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item kerapihan Penampilan karyawan UD Jaya Abadi Motor Jember	79
4.13 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item kemudahan Prosedur pelayanan pendaftaran KPB (Kartu Perawatan Berkala).....	79
4.14 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item kemampuan karyawan UD Jaya Abadi Motor jember melakukan pekerjaannya.....	80

4.15	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item pelayanan sesuai Waktu yang dijanjikan	80
4.16	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item kecepatan karyawan UD Jaya Abadi Motor dalam melakukan pelayanan	81
4.17	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item penanganan Keluhan konsumen UD Jaya Abadi Motor Jember.....	81
4.18	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item kemudahan yang Ditawarkan karyawan UD Jaya Abadi dalam memberi pelayanan.....	81
4.19	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item pelaksanaan Pelayanan sesuai dengan prosedur	82
4.20	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item pengetahuan luas Yang dimiliki karyawan UD Jaya Abadi Motor Jember.....	82
4.21	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item kenyamanan dan Keamanan bertransaksi di UD Jaya Abadi Motor Jember	83
4.22	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item perhatian Individual yang diberikan karyawan UD Jaya Abadi Motor Jember.....	83
4.23	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item kritik dan saran Konsumen diperhatikan karyawan UD Jaya Abadi Motor Jember.....	84
4.24	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item pemahaman karyawan dengan memberi informasi tentang pelayanan dan fasilitas	84
4.25	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item slogan Honda	85
4.26	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item simbol Honda.....	85
4.27	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item iklan Honda.....	85
4.28	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item merek Honda	86
4.29	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item merek Honda Sesuai dengan gaya hidup	86
4.30	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item merek Honda Menciptakan perasaan positif.....	87
4.31	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item harga sepeda	

	Motor Honda	87
4.32	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item garansi sepeda Motor Honda	88
4.33	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item ketahanan Sepeda motor Honda	88
4.34	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item pembelian ulang Sepeda motor Honda	89
4.35	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item menyukai merek Honda	89
4.36	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item menyarankan Orang lain memakai merek Honda	89
4.37	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item rekomendasi dari Mulut ke mulut kepada keluarga dan rekan terdekat	90
4.38	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item memanfaatkan Semua pelayanan unit usaha UD Jaya Abadi Motor berkelanjutan	91
4.39	Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item servis berkala Di UD Jaya Abadi Motor secara berkelanjutan	91
4.40	<i>Collinearity Statistic</i>	92
4.41	Hasil analisis regresi linier berganda	94
4.42	Uji Korelasi Parsial	94
4.43	Hasil Uji F	96
4.44	Hasil Uji Analisis Hipotesa	97

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Model Konseptual <i>Servqual</i>	17
2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	19
2.3 Konsep <i>Brand Equity</i>	28
2.4 Piramida <i>Brand Awareness</i>	31
2.5 Nilai <i>Brand Association</i>	33
2.6 Nilai dari <i>Perceived Quality</i>	34
2.7 Piramida Loyalitas	38
3.1 Model Analisis	45
3.2 Alur pemecahan masalah	59
4.1 Struktur Organisasi UD Jaya Abadi Motor Jember	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner.....	109
Lampiran 2. Hasil Penelitian.....	116
Lampiran 3. Uji Instrumen.....	121
Lampiran 4. Analisis Data.....	126
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik	127
Lampiran 6. Surat Ijin Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember.....	129
Lampiran 7. Ijin Melaksanakan Penelitian dari UD Jaya Abadi Motor Jember	130
Lampiran 8. Dokumentasi.....	131