

**PENGARUH PREFERENSI PELANGGAN, PERILAKU  
KONSUMEN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Kasus pada Pengguna Sepeda Motor Honda CBR  
di Kalbis *Institute*, Jakarta Timur)**

**SKRIPSI**

**DIMAS WAHYU AJI SAPUTRA  
21150000464**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH PREFERENSI PELANGGAN, PERILAKU KONSUMEN  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Kasus pada Pengguna Sepeda Motor Honda CBR di Kalbis *Institute*,  
Jakarta Timur)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi Strata-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)-Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 29 Agustus 2020



Dimas Wahyu Aji Saputra

21150000464

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

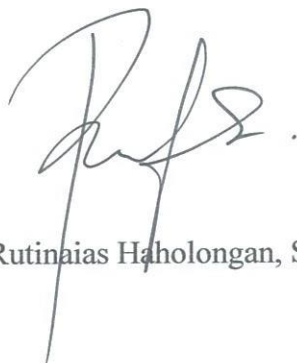
Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PREFERENSI PELANGGAN, PERILAKU KONSUMEN  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Kasus pada Pengguna Sepeda Motor Honda CBR di Kalbis *Institute*,  
Jakarta Timur)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata-1 Manajemen, Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Rutinaias Haholongan, SE, MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi Strata-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Jakarta, 29 Agustus 2020

Pembimbing,



Rutinaias Haholongan, SE, M.M

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Drs. Sumitro, Msc.

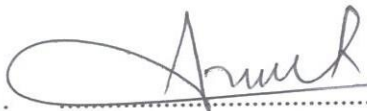


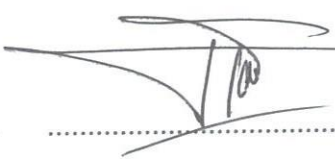
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PREFERENSI PELANGGAN, PERILAKU KONSUMENDAN  
BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Kasus pada Pengguna Sepeda Motor Honda CBR di KalbisInstitute,  
Jakarta Timur)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal **18 September 2020** dengan nilai **A-**.

### Panitia Ujian Skripsi

1.  ..... ; Drs. Sumitro, Msc.  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ..... ; RutinaiasHaholongan, SE, M.M  
(Pembimbing)
3.  ..... ; Drs. Sumitro, M.Sc  
(Anggota Penguji)
4.  ..... ; Asep Saefurahman SE., M.E  
(Anggota Penguji)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Ibu RutiniasHaholongan, SE, M.M selaku pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Segenap dosen dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap keluarga penulis tercinta yaitu Bapak Wahyudi dan Ibu Margiyanti selaku Orang tua, Kakak dan Adik yang senantiasa memberi dukungan dan doa sehingga penulis dikuatkan secara moral dan material dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Rekan kuliah angkatan 2015 dan sahabat-sahabat tersayang Muhammad SabilMutaqin, Budi Setiyawan, IkbalSyarifudin, Ihza Abdul Aziz dan semua yang saling memberikan dukungan dan doa disaat kita semua sama-sama sibuk dengan tugas karya tulis masing-masing.
8. Khususnya kepada Nur Awatif (Nawa) yang senantiasa menemani, menghibur, memotivasi dan membantu penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.

Jakarta, 29 Agustus 2020

DIMAS WAHYU AJI SAPUTRA  
21150000464

# HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dimas Wahyu Aji Saputra  
NPM : 21150000464  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

## **PENGARUH PREFERENSI PELANGGAN, PERILAKU KONSUMEN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada Pengguna Sepeda Motor Honda CBR di Kalbis Institute, Jakarta Timur)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 29 Agustus 2020

Yang menyatakan

Dimas Wahyu Aji Saputra

Dimas Wahyu Aji Saputra

Dosen Pembimbing:

21150000464

Rutinaias Haholongan, SE, MM

Program Studi S-1 Manajemen

**Pengaruh Preferensi Pelanggan, Perilaku Konsumen dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan**

**(Studi Kasus pada Pengguna Sepeda Motor Honda CBR di Kalbis *Institute*, Jakarta Timur)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Preferensi Pelanggan, Perilaku Konsumen dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Sepeda Motor Honda CBR di Kalbis *Institute*, Jakarta Timur.

Penelitian ini dengan Populasi seluruh mahasiswa Kalbis *Institute* pengguna motor CBR. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*, sehingga diperoleh 137 untuk data sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa Kalbis *Institute*.

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa Preferensi Pelanggan, Perilaku Konsumen dan *Brand Image* secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Secara parsial variabel Perilaku Konsumen dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Preferensi Pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna Honda CBR di Kalbis *Institute*, Jakarta Timur.

---

***Kata kunci:*** *Preferensi Pelanggan, Perilaku Konsumen, Brand Image dan Loyalitas Pelanggan.*



Dimas Wahyu Aji Saputra

Instructor:

21150000464

Rutinaias Haholongan, SE, MM

*Faculty of SI-Management*

***The Effect of Consumer Preference, Consumer Behaviour and Brand Image on Customer Loyalty***

***(Study Case of Honda CBR's Consumer at Kalbis Institute, East Jakarta)***

***ABSTRACT***

*This study aims to examine the effect of Consumer Preference, Consumer Behaviour and Brand Image on Customer Loyalty of Honda CBR's Consumer at Kalbis Institute, East Jakarta.*

*This study with a population is all of students at Kalbis Institute. The sampling method uses a convenience sampling method, so that obtain 137 sample students. The data used in this study is primary data. Data collection techniques using the questioner method given to students at Kalbis Institute.*

*Based on the results of the study, it can be concluded that Consumer Preference, Consumer Behaviour and Brand Image simultaneously affect the Customer Loyalty. Partially Consumer Behaviour and Brand Image variables have a positive significant effect on Customer Loyalty. Consumer Preference has no significant effect on Customer Loyalty of Honda CBR's Consumer at Kalbis Institute, East Jakarta.*

---

***Keyword:*** *Consumer Preference, Consumer Behaviour, Brand Image and Customer Loyalty.*

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1. <i>Review</i> Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2.    Landasan Teori .....	10
2.2.1. Loyalitas Pelanggan .....	10
2.2.1.1. Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	11
2.2.1.2. Indikator Loyalitas Pelanggan .....	12
2.2.1.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. ....	12

	<b>Halaman</b>
2.2.2. Preferensi Pelanggan.....	12
2.2.2.1. Tahapan Preferensi Pelanggan.....	13
2.2.2.2. Indikator Preferensi Pelanggan.....	14
2.2.2.3. Pentingnya Pengukuran Preferensi Pelanggan .....	14
2.2.2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Pelanggan.....	14
2.2.3. Perilaku Konsumen .....	15
2.2.3.1. Model Perilaku Konsumen .....	15
2.2.3.2. Indikator Perilaku Konsumen .....	16
2.2.4. <i>Brand</i> (Merek).....	19
2.2.4.1. Manfaat <i>Brand</i> .....	19
2.2.4.2. Tingkatan <i>Brand</i> .....	20
2.2.4.3. Karakteristik <i>Brand</i> .....	20
2.2.5. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	20
2.2.5.1. Indikator <i>Brand Image</i> .....	21
2.2.5.2. Pembentuk <i>Brand Image</i> .....	22
2.2.5.3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi <i>Brand Image</i> .....	22
2.3. Keterkaitan Antar Variabel.....	23
2.3.1. Pengaruh Preferensi Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	23
2.3.2. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	23
2.3.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	23
2.3.4. Pengaruh Preferensi Pelanggan, Perilaku Konsumen dan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	24
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	24
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian .....	25

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	26
3.2. Populasi dan Sampel .....	26
3.2.1. Populasi penelitian .....	26
3.2.2. Sampel penelitian .....	27
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data .....	27
3.3.1. Data .....	27
3.3.2. Metode Pengumpulan Data .....	27
3.3.3. Klasifikasi Internal Data .....	28
3.4. Operasional Variabel .....	29
3.5. Metode Pengolahan Data .....	32
3.5.1. Metode Penyajian Data .....	32
3.5.2. Analisis Statistik Deskriptif .....	32
3.5.3. Uji Validitas .....	33
3.5.4. Uji Reliabilitas .....	33
3.5.7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	34
3.5.8. Uji Hipotesis	34
3.5.8.1. Uji Parsial (Uji Statistik t) .....	34
3.5.8.2. Uji Simultan (Uji F) .....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	37
4.2. Deskripsi Data .....	37
4.2.1. Analisis Karakteristik Responden .....	37
4.2.2. Deskripsi Data Preferensi Pelanggan .....	39
4.2.3. Deskripsi Data Perilaku Konsumen .....	42
4.2.4. Deskripsi Data <i>Brand Image</i> .....	47
4.2.5. Deskripsi Data Loyalitas Pelanggan .....	51
4.3. Analisis Statistik Deskriptif .....	55
4.4. Uji Validitas .....	56
4.5. Uji Reliabilitas .....	59

	<b>Halaman</b>
4.6.6. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
4.6.7. Uji t (Uji Parsial).....	61
4.6.8. Uji F (Uji Simultan) .....	62
4.7. Interpretasi Penelitian .....	63
4.7.1. Pengaruh Preferensi Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	62
4.7.2. Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan .....	64
4.7.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan .....	64
4.7.4. Pengaruh Preferensi Pelanggan, Perilaku Konsumen dan <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan .....	65
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
	5.1. Simpulan 65
	5.2. Saran 67
DAFTAR REFERENSI .....	68
LAMPIRAN.....	72
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	96

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1 Instrumen Skala <i>Likert</i> .....	28
Tabel 3.2 Tabel Interval Pengukuran.....	29
Tabel 3.3 Operasional Variabel .....	30
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan .....	38
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pembelian Honda CBR Dalam 1 Tahun .....	38
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 1: (Preferensi Pelanggan) .....	39
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 2.....	40
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 3.....	40
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 4.....	41
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 5 (Perilaku Konsumen).....	42
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 6.....	43
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 7.....	43
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 8.....	44
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 9.....	44
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 10.....	45
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 11 .....	46
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 12: ( <i>Brand Image</i> ) .....	47
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 13.....	47
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 14.....	48
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 15.....	49
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 16.....	49

## Halaman

Tabel 4.20 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 17 .....	50
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 18 (Loyalitas Pelanggan).....	51
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 19.....	52
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 20.....	52
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 21 .....	53
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan 22.....	54
Tabel 4.26 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	55
Tabel 4.27 Validitas Instrumen Per Butir Untuk Preferensi Pelanggan ( $X_1$ ).....	57
Tabel 4.28 Validitas Instrumen Per Butir Untuk Perilaku Konsumen ( $X_2$ ).....	57
Tabel 4.29 Validitas Instrumen Per Butir Untuk <i>Brand Image</i> ( $X_3$ ) .....	58
Tabel 4.30 Validitas Instrumen Per Butir Untuk Loyalitas Pelanggan (Y) .....	58
Tabel 4.31 Reliabilitas Instrumen Per Butir Untuk Preferensi Pelanggan ( $X_1$ ).....	59
Tabel 4.32 Reliabilitas Instrumen Per Butir Untuk Perilaku Konsumen ( $X_2$ )	59
Tabel 4.33 Reliabilitas Instrumen Per Butir Untuk <i>Brand Image</i> ( $X_3$ ).....	60
Tabel 4.34 Reliabilitas Instrumen Per Butir Untuk Loyalitas Pelanggan (Y) .....	60
Tabel 4.35 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	60
Tabel 4.36 Hasil Uji t.....	61
Tabel 4.37 Hasil Uji F.....	62

# DAFTAR GAMBAR

## Halaman

Gambar 1.1 Data Statistik Penjualan Sepeda Motor Honda Periode 2009-2018 .....	3
Gambar 2.1 Model <i>Hierarchy of Effect</i> .....	13
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Diagram Skala <i>Likert</i> Preferensi Pelanggan .....	42
Gambar 4.2 Diagram Skala <i>Likert</i> Perilaku Konsumen.....	46
Gambar 4.3 Diagram Skala <i>Likert Brand Image</i> .....	51
Gambar 4.4 Diagram Skala <i>Likert</i> Loyalitas Pelanggan.....	54



	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran1.</b> Kuesioner.....	72
<b>Lampiran2.</b> Statistik Deskriptif.....	76
<b>Lampiran 3.</b> Uji Validitas (Preferensi Pelanggan) .....	76
<b>Lampiran 4.</b> Uji Validitas (Perilaku Konsumen) .....	77
<b>Lampiran 5.</b> Uji Validitas ( <i>Brand Image</i> ) .....	78
<b>Lampiran 6.</b> Uji Validitas Loyalitas Pelanggan .....	79
<b>Lampiran 7.</b> Uji Reliabilitas (Preferensi Pelanggan, Perilaku Konsumen dan <i>Brand Image</i> ) .....	79
<b>Lampiran 8.</b> Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	80
<b>Lampiran 9.</b> Uji t.....	80
<b>Lampiran 10.</b> Uji F.....	80
<b>Lampiran 11.</b> Hasil <i>Questioner</i> Preferensi Pelanggan .....	81
<b>Lampiran 12.</b> Hasil <i>Questioner</i> Perilaku Konsumen .....	84
<b>Lampiran 13.</b> Hasil <i>Questioner Brand Image</i> .....	87
<b>Lampiran 14.</b> Hasil <i>Questioner</i> Loyalitas Pelanggan.....	91
<b>Lampiran 15.</b> Surat Riset Penelitian.....	95
<b>Lampiran 16.</b> Riwayat Hidup Peneliti.....	96

