

**PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MOTOR YAMAHA DI SURABAYA BARAT**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

BAGUS WIDILINGGAR DWI SAPUTRO

NPM : 14420254

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2018

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : BAGUS WIDILINGGAR DWI SAPUTRO
NPM : 14420254
Alamat : JALAN WIYUNG GANG DPR NO.4 SURABAYA
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Motor Yamaha di Surabaya Barat adalah benar – benar karya sendiri dan bebas plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 13 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan



(Bagus Widilinggar Dwi Saputro)

NPM : 14420254

SKRIPSI

**PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MOTOR YAMAHA DI SURABAYA BARAT**

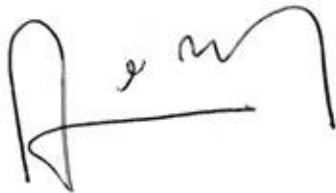
Diajukan Oleh :

BAGUS WIDILINGGAR DWI SAPUTRO

NPM : 14420254

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



DRS. EC. GIMANTO GUNAWAN, MM., M.AK.

Tanggal, 16 Juli 2018

KETUA PROGRAM STUDI



DR. SITI DJAMILAH, SE., MSI

Tanggal, 16 Juli 2018

SKRIPSI

**PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MOTOR YAMAHA DI SURABAYA BARAT**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

BAGUS WIDILINGGAR DWI SAPUTRO

NPM : 14420254

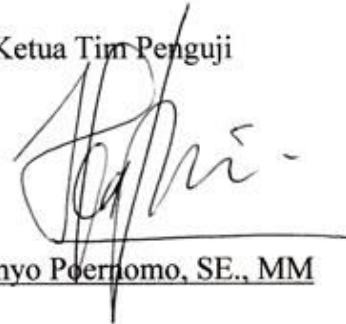
Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Tim Penguji/Pembimbing



Drs. EC. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak.

Ketua Tim Penguji



Tri Cahyo Poernomo, SE., MM

Anggota Tim Penguji



Maqbula Arochman, SE., M.Ak.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal... 13 Agustus 2018



Dr. Siti Djamilah, SE., MSi

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa melimpahkan Berkah dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Motor Yamaha Di Surabaya Barat”**.

Penulisan skripsi ini selain mempunyai maksud dan tujuan untuk menerapkan sebagian ilmu pengetahuan yang penulis terima selama masa perkuliahan, juga untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Walaupun demikian penulis tetap berharap bahwa kelemahan dan kekurangan yang ada tidak mengurangi arti penulisan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih pada semua pihak atas bantuan dan kerjasamanya serta sumbangan tenaga dan pikiran dari awal penulis hingga terselesainya skripsi ini, terutama kepada:

1. Prof. H. Sri Harmadji, dr Sp. THT-KL(K), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec. Iman Karyadi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., MSi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, MAk, selaku pembimbing yang telah meluangkan waktunya dan dengan penuh kesabaran serta keikhlasannya dalam memberikan arahan dan bimbingan mulai dari awal hingga selesainya skripsi ini.
5. Ibu Wiwik Herawati, SE, MM, selaku dosen wali yang telah membimbing dari awal perkuliahan sampai penyusunan skripsi.

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Kepada ibuku yang tersayang dan keluarga, terimakasih atas kesabaran dan doa-doanya serta selalu memberikan semangat, dukungan dan kepercayaan sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah.
8. Untuk seluruh keluarga besarku yang ada di Randublatung dan Surabaya yang telah memberi dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan kuliah.
9. Seluruh sahabat-sahabatku Soni, Dzikir, Bambang, Ratri, Putri, Villa, Anna, Ratna, Riki, dan Riza terimakasih atas segala dukungan, motivasi serta doa-doanya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah turut memberikan bantuan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Namun dengan segala kekurangan yang ada, diharapkan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 16 Juli 2018

Bagus Widilinggar Dwi Saputro

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh variabel Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah para konsumen yang membeli dan menggunakan motor Yamaha di Surabaya Barat. Sampel yang digunakan berjumlah 75 responden, dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling* dan *Purposive Sampling* dimana peneliti memilih sampel secara sembarang (dimanapun dan kapanpun menemukan) asal memenuhi kriteria. Pengumpulan data menggunakan Kueisioner. Analisis data menggunakan analisis statistik. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan hasil $Y = 0,032 + 0,243 X_1 + 0,231 X_2 + 0,236 X_3 + 0,257 X_4$. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) dari penelitian menunjukkan variabel Nilai Pelanggan (X) yang terdiri dari: Nilai Fungsional (Kinerja/ Kualitas) (X_1), Nilai Emosional (X_2), Nilai Fungsional (Harga/ Value for Money) (X_3), Nilai Sosial (X_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Motor Yamaha Di Surabaya Barat. Untuk hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan variabel Nilai Pelanggan (X) yang terdiri dari: Nilai Fungsional (Kinerja/ Kualitas) (X_1), Nilai Emosional (X_2), Nilai Fungsional (Harga/ Value for Money) (X_3), Nilai Sosial (X_4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Motor Yamaha Di Surabaya Barat. Untuk hasil uji dominan (β) dalam penelitian ini menunjukkan diantara variabel Nilai Pelanggan (X) yang terdiri dari: Nilai Fungsional (Kinerja/ Kualitas) (X_1), Nilai Emosional (X_2), Nilai Fungsional (Harga/ Value for Money) (X_3), Nilai Sosial (X_4) variabel Nilai Fungsional (Kinerja/Kualitas) berpengaruh dominan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Motor Yamaha Di Surabaya Barat.

Kata Kunci: Nilai Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to analyze and explain the influence of customer value variables on customer loyalty. This research uses explanatory research type with quantitative approach. The population in this study is the consumers who buy and use Yamaha motor in West Surabaya. The sample used amounted to 75 respondents, using the technique of Accidental Sampling and Purposive Sampling where the researcher chooses samples arbitrarily (wherever and whenever find) the origin of the eligible. Data collection using Cisionizer. Data analysis using statistical analysis. The analysis technique used is multiple linear regression analysis with $Y = 0,032 + 0,243 X1 + 0,231 X2 + 0,236 X3 + 0,257 X4$. Based on the result of hypothesis test simultaneously (F test) from the research show variable of Customer Value (X) which consist of: Functional Value (X1), Emotional Value (X2), Functional Value (Value for Money) X3), Social Value (X4) simultaneously have a significant effect on Customer Loyalty (Y) Yamaha Motor In West Surabaya. The results of the t test in this study show the Customer Value (X) variable consisting of: Functional Value (Performance / Quality) (X1), Emotional Value (X2), Functional Value (X3), Social Value (X4) partially significant effect on Customer Loyalty (Y) Yamaha Motor In West Surabaya. The results of the dominant test (β) in this study indicate among variables Customer Value (X) consisting of: Functional Value (Performance / Quality) (X1), Emotional Value (X2), Functional Value (X3)), Social Value (X4) variable Functional Value (Performance / Quality) dominant influence on Customer Loyalty (Y) Yamaha Motor In West Surabaya.

Keywords: Customer Value, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Pernyataan Bebas Plagiat	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Susunan Dewan Penguji	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Skripsi	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Konsep Pemasaran	10
2.3 Perilaku Konsumen	13
2.4 Pengertian Pelanggan	14

2.5	Nilai Pelanggan	15
2.5.1	Pengertian Nilai Pelanggan	15
2.5.2	Dimensi Nilai Pelanggan	17
2.5.3	Tipe Pelanggan	17
2.5.4	Karakteristik Nilai Pelanggan	20
2.6	Loyalitas Pelanggan	21
2.6.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	21
2.6.2	Jenis – jenis Loyalitas Pelanggan	22
2.6.3	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	24
2.6.4	Tahap Pertumbuhan Loyalitas Pelanggan	26
2.7	Hubungan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	27
2.8	Penelitian Sebelumnya	28
2.9	Hipotesis dan Model Analisis	30
2.9.1	Hipotesis Penelitian	30
2.9.2	Model Analisis	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Pendekatan Penelitian	32
3.2	Populasi dan Sampel	32
3.2.1	Populasi	32
3.2.2	Sampel	32
3.3	Teknik Sampling	33
3.4	Identifikasi Variabel	33
3.5	Definisi Operasional	34

3.6	Jenis dan Sumber Data	37
3.7	Teknik Analisis	38
3.7.1	Uji Instrumen	38
3.7.1.1	Uji Validitas	38
3.7.1.2	Uji Realibilitas	39
3.7.2	Uji Model	40
3.7.2.1	Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.7.3	Koefisien Determinasi (R^2)	40
3.7.4	Pengujian Hipotesis	41
3.7.4.1	Uji Hipotesis Pertama	41
3.7.4.2	Uji Hipotesis Kedua	42
3.7.4.3	Uji Hiptesis Ketiga	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Subyek Penelitian	45
4.1.1	Sejarah Yamaha Motor	45
4.1.2	Perkembangan Yamaha Motor	46
4.1.3	Produk Yang Ditawarkan	47
4.1.4	Strategi Dalam Menghadapi Persaingan	47
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	49
4.2.1	Identitas Responden	49
4.2.2	Penilaian Atas Masing – masing Variabel	51
4.2.3	Deskripsi Variabel	52
4.3	Analisis Model Atau Pengujian Hipotesis	57

4.3.1	Uji Instrumen	57
4.3.1.1	Hasil Pengujian Validitas	57
4.3.1.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	59
4.3.2	Uji Model	60
4.3.3.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.3.3	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	63
4.3.4	Hasil Pengujian Hipotesis	64
4.3.4.1	Hasil Pengujian Hipotesa Pertama (Uji F)	64
4.3.4.2	Hasil Pengujian Hipotesa Kedua (Uji t)	65
4.3.4.3	Hasil Pengujian Hipotesa Ketiga (β)	68
4.4	Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	73
5.2	Saran	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Sepeda Motor Yamaha dan Honda 2011-2017	3
Tabel 2.1	Empat Jenis Loyalitas	23
Tabel 2.2	Perbedaan dan Persamaan Penelitian Sebelumnya	29
Tabel 4.1	Identitas Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2	Identitas Usia Responden	50
Tabel 4.3	Identitas Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4.4	Identitas Jenis Pekerjaan	51
Tabel 4.5	Kategori Mean Masing – masing Variabel	52
Tabel 4.6	Jawaban Responden Mengenai Variabel Nilai Fungsional (Kinerja/ Kualitas) (X_1)	53
Tabel 4.7	Jawaban Responden Mengenai Variabel Nilai Emosional (X_2)	54
Tabel 4.8	Jawaban Responden Mengenai Variabel Nilai Fungsional (Harga/ Value for Money) (X_3)	55
Tabel 4.9	Jawaban Responden Mengenai Variabel Nilai Sosial (X_4)	56
Tabel 4.10	Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan (Y)	57
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas	58
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Reliabilitas	60
Tabel 4.13	Koefisien Determinasi Berganda	63
Tabel 4.14	Hasil Analisis Uji F	64
Tabel 4.15	Hasil Analisis Uji t	66
Tabel 4.16	<i>Standardized Coefficient Beta</i>	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Sepeda Motor Di Surabaya Tahun 2010 – 2015	2
Gambar 3.1 Kurva Pengujian Uji-F	42
Gambar 3.2 Kurva Pengujian Uji-t	43
Gambar 4.1 Kurva Distribusi F	65
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Nilai Fungsional (Kinerja/ Kualitas) (X ₁) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	67
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Nilai Emosional (X ₂) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	68
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Nilai Fungsional (Harga/ Value for Money) (X ₃) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	69
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Nilai Sosial (X ₄) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Tabulasi Kuesioner
Lampiran 3	Output SPSS
Lampiran 4	Tabel F dan Tabel t