

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOTOR**

HONDA BeAT

**(Studi Kasus Pengguna Motor Honda BeAT di Kecamatan Grogol,
Kabupaten Sukoharjo)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh :

Erma Cristanti Ningsih

NIM 18.12.0094

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2022

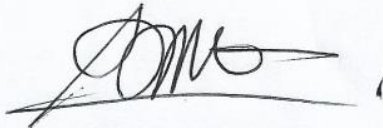
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Erma Cristanti Ningsih
NIM : 18120094
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOTOR HONDA BeAT (Studi Kasus Pengguna Motor Honda BeAT di Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo)

Disetujui dan disahkan :

Hari : Selasa
Tanggal : 19 Juli 2022

Pembimbing,



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN. 0625127401

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A.

NIDN. 0610119201

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Erma Cristanti Ningsih
NIM : 18120094
Program Studi : **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOTOR HONDA BeAT (Studi Kasus Pengguna Motor Honda BeAT di Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo)**

Skrripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Ekonomi.

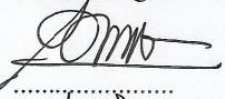
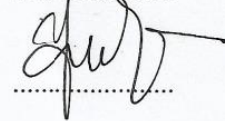
Pada Hari : Senin
Tanggal : 7 November 2022

Tim Penguji

Ketua : Dr. Budi Istiyanto, SE.,M.M.,M.H.

Anggota : Putri Maisara, S.E.,M.B.A

Tanda Tangan

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M., M.H.

NIDN. 0625127401

Pernyataan Keaslian Skripsi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOTOR HONDA BeAT (Studi Kasus
Pengguna Motor Honda BeAT Di Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo)**

tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan kepada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 7 November 2022

Yang memberi pernyataan



Erma Cristanti Ningsih

MOTTO

“Dan tiadalah kehidupan dunia ini selainkan senda gurau dan main-main. Dan sesungguhnya akhirat itulah yang sebenarnya kehidupan, kalau mereka mengetahui”

~QS Al-Ankabut : 64~

“Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga”

~HR Muslim No. 2699~

“Keselamatan manusia tergantung pada kemampuannya menjaga lisan”

~HR. al-Bukhari~

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa”

~Ridwan Kamil~

“Tidak ada manusia yang baik-baik saja di dunia ini, semua sedang berjuang dengan ujiannya masing-masing”

~Ranti Gustira~

“Ketika kamu bilang, “biar Tuhan yang membalas”, yang harus kamu tahu bahwa yang kamu alami sekarang adalah balasan dari Tuhan”

~Cak Lontong~

“Kita harus berarti untuk diri kita sendiri dulu, sebelum kita menjadi orang yang berharga bagi orang lain”

~Ralph Waldo Emerson~

PERSEMBAHAN

Karya Ilmiah sederhana ini saya persembahkan kepada :

1. Erma Cristanti Ningsih, diri saya sendiri yang sudah mau berjuang sampai dititik ini dengan rasa senang, sedih, lelah, dan sakit, sehingga dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik.
2. Bapak Sarno dan Ibu Sami, kedua orang tua saya tersayang yang selalu mendoakan dan mendukung langkah saya untuk menempuh pendidikan sarjana di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
3. Adik saya Kevin Indar Cristono dan Agatha Elliora Cristiana serta keluarga besar saya yang selalu memberikan doa, support dan selalu membantu menjadi semangat tersendiri dalam hidup saya.
4. Bapak Sandy Kuswanto dan Ibu Kwan Indrawati yang saya hormati, selaku pemilik PT. Central Motor Sandy Sakti, terimakasih sudah mengizinkan saya bekerja sambil kuliah.
5. Rekan-rekan kerja yang telah memberikan doa dan support kepada saya.
6. Nur Intan Wulansari, teman seperjuangan yang saya sayangi menjadi saksi suka duka dan siap membantu dalam mengerjakan karya ilmiah ini.
7. Teman-teman sekelas R2 Manajemen C yang telah berjuang bersama dan menjadi saksi dalam perjalanan meraih gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berjudul “ **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOTOR HONDA BeAT (Studi Kasus Pengguna Motor Honda BeAT di Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo)** ”. Tujuan dari penyusunan karya ilmiah guna memenuhi syarat – syarat memperoleh gelar sarjana Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung karya ilmiah skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam pembuatan karya ilmiah skripsi, yaitu kepada :

1. Dr. Pardi, S.E., MM., MH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
3. Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M., M.H.selaku Pembimbing yang telah membimbing dengan sangat baik memberi petunjuk dan mengarahkan dalam pengerjaan karya ilmiah skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan banyak membantu selama menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Semoga semua bantuan dan amal kebaikan yang diberikan kepada penulis mendapat imbalan pahala dari Allah SWT Tuhan YME. Penulis menyadari bahwa penyusunan karya ilmiah skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan waktu dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna sempurnanya karya ilmiah skripsi ini.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis khususnya.

Sukoharjo,
Penulis

Erma Cristanti Ningsih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Teori Yang Relevan	6
1. Citra Merek	6
2. Harga	7

3. Kualitas Produk	7
4. Kepuasan Konsumen.....	9
B. Penelitian Terdahulu	10
C. Kerangka Pemikiran.....	12
D. Hipotesis	12
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	15
B. Tempata dan Waktu	16
C. Sumber Data Penelitian.....	17
1. Data Primer	17
2. Data Sekunder	17
D. Teknik Pengumpulan Data.....	17
E. Variabel Penelitian.....	18
F. Definisi Operasional Variabel.....	19
G. Teknik Analisis Data.....	21
1. Uji Instrumen Data	21
a. Uji Validitas	21
b. Uji Reliabilitas	21
2. Uji Asumsi Klasik	22
a. Uji Normalitas.....	22
b. Uji Multikolinearitas	23
c. Uji Heterokedastisitas	23
d. Uji Autokorelasi	23
3. Uji Hipotesis.....	24
a. Analisis Regresi Linier Berganda	24
b. Uji t	25
c. Uji F	26
d. Analisis Koefisien Determinasi	26

BAB IV PEMBAHASAN.....	28
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	28
1. Sejarah Perusahaan.....	28
2. Lokasi Perusahaan.....	29
B. Identitas Responden	30
C. Analisis Data	31
1. Uji Instrumen Data	31
a. Uji Validitas	31
b. Uji Reliabilitas	33
2. Uji Asumsi Klasik	34
a. Uji Normalitas	34
b. Uji Multikolinearitas	35
c. Uji Heterokedastisitas	36
d. Uji Autokorelasi	38
3. Uji Hipotesis.....	39
a. Analisis Regresi Linier Berganda	39
b. Uji t	40
c. Uji F	41
d. Analisis Koefisien Determinasi	42
D. Pembahasan.....	43
BAB V PENUTUP.....	47
A. KESIMPULAN.....	47
B. SARAN	47
DAFTAR PUSTAKA	49

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOTOR HONDA BeAT
(Studi Kasus Pengguna Motor Honda BeAT di Kecamatan Grogol,
Kabupaten Sukoharjo)**

ERMA CRISTANTI NINGSIH

18.12.0094

ABSTRAK

Dalam dunia otomotif tidak terlepas dari kata kepuasan pasca pembelian dikarenakan jaman sekarang banyak sekali persaingan yang terjadi dalam mencapai kesuksesan, meningkatnya pesaing menuntut perusahaan agar dapat menerapkan strategi yang dianggap vital dalam perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jumlah responden 100. Pengujian Hipotesis dilakukan dengan metode analisis regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Citra Merek dan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda BeAT, sedangkan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda BeAT.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel.....	19
Tabel 3. Durbin-Waston (DW Test).....	24
Tabel 4. Gambaran Profil Responden	30
Tabel 5. Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 7. Hasil Uji Normalitas	35
Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas	36
Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi	38
Tabel 10. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
Tabel 11. Hasil Uji t.....	40
Tabel 12. Hasil Uji F.....	42
Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	52
Lampiran 2 Data Mentah Kuesioner	56
Lampiran 3 Hasil Analisis.....	71
Lampiran 4 Surat Tugas Bimbingan	90
Lampiran 5 Lembar Bimbingan	91

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sepeda motor kini bukan hanya menjadi sarana transportasi produktif bagi masyarakat Indonesia. Sepeda motor sudah menjadi bagian dari hobi dan gaya hidup, bahkan bisa mengantarkan pada prestasi tertentu yang membanggakan. Untuk menemani masyarakat beraktivitas dan menggapai beragam mimpinya, PT Astra Honda Motor menghadirkan solusi mobilitas bagi masyarakat dengan produk dan layanan terbaik.

Sejak pertama kali hadir di Indonesia, sepeda motor Honda selalu dicintai dan dipercaya menjadi partner berkendara masyarakat. Berbekal kepercayaan ini, PT Astra Honda Motor secara konsisten melakukan inovasi pada produk dan teknologinya, terus meningkatkan layanan di jaringan penjualan dan purna jual Honda, serta intens beraktivitas dan berkomunikasi dengan masyarakat melalui berbagai platform.

Sebagai bagian dari bangsa Indonesia, PT Astra Honda Motor senantiasa memperkuat kontribusinya di berbagai bidang, seperti keselamatan berkendara, pendidikan, lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat. Diharapkan perusahaan akan terus tumbuh dan berkembang bersama masyarakat dan dapat menjadi salah satu perusahaan kebanggaan bangsa Indonesia.

Pabrik yang menerapkan teknologi terdepan di dunia ini terus dikembangkan hingga diputuskan peningkatan kapasitas produksinya yang membuat total kapasitas produksi PT Astra Honda Motor meningkat menjadi 5,3 juta perunit pada tahun 2015. Pada tahun 2015 PT Astra Honda Motor berhasil mencatatkan produksi motor ke 50 juta yang merupakan prestasi pertama di industri sepeda motor di Indonesia bahkan di ASEAN. Pada tahun yang sama, sejalan dengan kualitas produk sepeda motornya yang semakin kompetitif, PT Astra Honda Motor di luar negeri dengan melakukan ekspor perdana Honda BeAT ke Filipina. Ekspor ini merambah ke mancanegara, dari kawasan Asia hingga Amerika.

MOTOR Plus-online.com - Terbukti hemat banget Honda BeAT, sampai sabet juara MOTOR Plus Award 2021 kategori Best Total Cost of Ownership (TCO). Beberapa motor menyabet juara kategori pada MOTOR Plus Award (MPA) 2021, salah satunya Honda BeAT. Terkenal murah dan irit bensin, Honda BeAT jadi motor matic favorit banyak orang. Ternyata, keunggulan Honda BeAT gak cuma dari konsumsi bensinnya, bro. Pada kategori ini, ada beberapa indikator supaya ketemu hasil Total Cost of Ownership atau biaya kepemilikan.

Mulai dari pengeluaran bensin, pajak kendaraan bermotor (PKB) sampai dengan biaya servis. Menurut hasil uji tim otomotif, konsumsi bensin Honda BeAT berada di angka 51 km/liter. PKB Honda BeAT sekitar Rp 232 ribu yang didapat 2 persen dari NJKB di daerah DKI Jakarta, dan biaya servisnya Rp 232.500 untuk setahun pertama dari data bengkel resmi.

Untuk mengetahui biaya kepemilikan Honda BeAT, perlu dihitung dulu pengeluaran bensinnya selama setahun. Caranya 12.000 km dibagi konsumsi bensin Honda BeAT, lalu dikali Rp 7.650. Angka 12.000 km merupakan rata-rata pemakaian motor selama setahun, dan Rp 7.650 harga bensin Pertalite, karena memakai BBM tersebut saat pengujian. Setelah ketemu pengeluaran bensinnya, tinggal ditambah pajaknya dan biaya servis setahun. (**Galih Setiadi** - Jumat, 1 Oktober 2021 | 12:58 WIB)

Selain dilihat dari sejarahnya kepopuleran motor Honda ini tentu saja karena keunggulan dari tiap produk yang diluncurkan. Beberapa alasan orang-orang lebih memilih merk Honda ketika akan membeli sepeda motor, inilah beberapa alasan tersebut :

1. Nama Besar Honda
2. Harga terjangkau dan onderdil mudah didapat, banyaknya tipe pilihan dengan pilihan harganya menjadikan pangsa pasar motor Honda ini lebih luas.
3. Terkenal irit bahan bakar, bagi pengguna motor penggunaan bahan bakar tentu menjadi pertimbangan saat memutuskan untuk membeli sepeda motor.
4. Mesin bandel dan tahan lama, kelebihan lain yang dimiliki motor keluaran Honda adalah usia mesinnya yang relatif lebih panjang dibandingkan dengan merk lain.
5. Memiliki nilai jual kembali yang tinggi, Salah satu poin tambahan yang penting dan merupakan keunggulan lain dari merk Honda adalah nilai jual kembalinya tinggi.

Berdasarkan berita dan uraian sebelumnya, penulis mengambil judul “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda BeAT” (Studi Kasus Pengguna Motor Honda BeAT di Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo).

B. Rumusan Masalah

Dari berbagai pokok permasalahan yang terjadi, maka dapat dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut :

1. Pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Honda BeAT
2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Honda BeAT
3. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Honda BeAT

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Honda BeAT.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Honda BeAT.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Honda BeAT.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini mampu menjadi sarana berlatih berlatih secara ilmiah dengan disiplin ilmu yang diperoleh dibangku kuliah, khususnya lingkup manajemen dan penerapannya pada objek yang diteliti.

b. Bagi Akademik dan Pembaca

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah diharapkan mampu menambah khasanah perpustakaan serta dapat menyempurnakan penelitian-penelitian lainnya atau sebagai kajian dan bahan referensi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini semoga dapat memberikan informasi dan masukan yang baik tentang Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda BeAT (Studi Kasus Pengguna Motor Honda BeAT di Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo).

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Yang Relevan

1. Citra Merek

Kotler dan Keller (2015) dalam Ginting, dkk (2021) citra merek adalah sifat ekstrinsik produk atau jasa termasuk cara dimana merek berusaha memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial pelanggan. Salah satu aspek yangengaruhi kepuasan konsumen ialah citra merk yang menempel pada industri. Sopiah (2018:327) dalam Harahap, dkk (2021) citra merk yaitu sesuatu wujud asosiasi yang menempel dalam benak pengguna dikala mengingat suatu merk tertentu dimana asosiasi tersebut secara simpel bisa timbul dalam wujud pikiran yang berhubungan dengan merk.

Citra merek merupakan suatu bentuk pemikiran dari seseorang dalam bentuk pendapat-pendapat yang ingin atau akan disampaikan kepada orang lain dalam hal positif atau negatif dimana hal tersebut sesuai dengan persepsi masing-masing. Proses dalam menciptakan citra merek yang baik tidak dapat dilakukan secara mudah karena citra merek muncul sebagai akibat dari penggunaan suatu produk yang memiliki manfaat lebih bagi konsumen.

Citra merek tercipta dari serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dan konsumen sehingga memunculkan persepsi bahwa produk tersebut memiliki kualitas tertentu. Citra merek menurut penulis adalah

sesuatu yang diciptakan perusahaan terhadap produk yang dimiliki dan dapat menjelaskan value produk tersebut, agar mudah diingat konsumen.

2. Harga

Tjiptono (2017:289) dalam Dhany, dkk (2021) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan terhadap suatu barang atau jasa. Salah satu variabel penting dalam pemasaran produk adalah harga. Di satu sisi, harga dapat menunjukkan kualitas produk yang ditawarkan, dan di sisi lain harga harus dapat dijangkau oleh pasar yang menjadi sasaran perusahaan.

Salah satu indikator nilai adalah harga, bila harga suatu produk tinggi, secara umum manfaat atau nilai yang ditawarkan melalui representasi produk juga akan tinggi. Semakin tinggi harga suatu produk akan memberikan nilai yang lebih tinggi pula bagi konsumennya. Harga menurut penulis adalah kesesuaian antara apa yang dibayar konsumen dengan apa yang didapat konsumen. Semakin tinggi apa yang dibayar, konsumen berharap mengharapkan feedback yang tinggi pula.

3. Kualitas Produk

Kotler (2015:253) dalam Harahap, dkk (2021) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk yang dapat memenuhi keinginan konsumennya. Kualitas produk merupakan suatu bentuk manfaat dari produk yang telah memenuhi keinginan atau persepsi dari konsumen tersebut dimana produk

yang bermutu adalah yang diinginkan pengguna. Sedangkan yang tidak bermutu tidak diinginkan oleh pengguna agar mereka tidak merasa kecewa bila menggunakannya.

Perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas produknya karena dengan kualitas produk yang baik maka akan menciptakan kepuasan yang tinggi bagi konsumennya. Hal ini terjadi karena konsumen telah merasakan manfaatnya yang disesuaikan dengan keinginan konsumen tersebut. Pada dasarnya kualitas produk merupakan gambaran dari keseluruhan kinerja produk dimana kinerja tersebut memiliki estetika dengan persepsi yang sama dengan konsumen. Kualitas produk sangat erat kaitannya dengan kinerja produk dimana produk yang memiliki kinerja baik akan selalu diminati oleh pengguna dan memunculkan ketertarikan dalam membelinya. Manfaat yang baik yang timbul dari penggunaan produk akan cenderung meningkatkan kepuasan konsumen sehingga konsumen hanya akan menggunakan produk dari perusahaan karena dianggap telah memberikan jaminan tentang kualitas yang baik.

Kualitas produk menurut penulis adalah nilai, fungsi, kemampuan yang dimiliki suatu produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Semakin banyak nilai yang diberikan suatu produk, maka produk akan diminati banyak konsumen karena dapat melengkapi kekurangan produk yang lain.

4. Kepuasan Konsumen

Kotler (2018:14) dalam Harahap, dkk (2021) kepuasan konsumen adalah satu bentuk cerminan atas penilaian seseorang terhadap kinerja produk dimana hasil dari produk tersebut sama dengan ekspektasinya Artinya kepuasan konsumen merupakan suatu bentuk kesesuaian antara ekspektasi dengan hasil dimana hasil yang diperoleh jauh lebih baik dari pada ekspektasi maka akan memunculkan kepuasan yang tinggi.

Kepuasan konsumen menurut penulis adalah sesuatu perasaan konsumen yang timbul mulai dari membeli suatu produk hingga setelah menggunakan produk. Apakah produk yang dibeli sudah memenuhi kebutuhan konsumen atau belum. Jika kebutuhan sudah terpenuhi, maka konsumen akan puas dan bisa timbul minat beli ulang dan tidak menutup kemungkinan mereka akan merekomendasikan ke konsumen yang lain. Sedangkan jika kebutuhan belum terpenuhi, maka konsumen tidak puas dan akan mencari produk pengganti yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

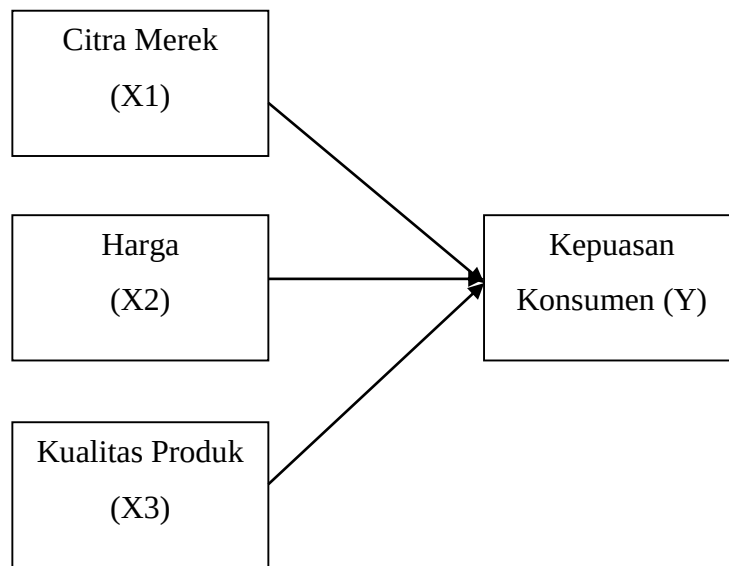
No	Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Kevin Yermia dan Kambey Jantje L. Sepang	2018	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada (PT. Hasjrat Abadi Yamaha Samratulangi Manado)	Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi secara parsial variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan sedangkan variabel bauran pemasaran dan variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan.
2.	Maslikhatul Aulia dan Imam Hidayat	2017	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada outlet Amanda Brownies cabang Barata Jaya Surabaya. Pengaruh bersama-sama yang terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada outlet Amanda Brownies cabang Barata Jaya Surabaya.

Tabel 1. Lanjutan

3.	Yoga Prayitno dan Eddy Madiono Sutanto	2018	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Bakmi Raja Nikmat Cabang Royal Plaza Surabaya	Hasil penelitian menunjukan bahwa secara parsial dan stimultan kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bakmi RN cabang Royal Plaza Surabaya.
4.	Hana Ofela	2016	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab King Abi	Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kebab King Abi Surabaya. Dan dalam penelitian ini kualitas produk memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.
5.	Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, dan Agus Supandi Soegoto	2018	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan harus bisa menentukan strategi yang tepat agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang.

C. Kerangka Pemikiran

Guna mempermudah peneliti dalam melakukan suatu penelitian, maka di gambarkan kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menjelaskan bahwa apakah Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi oleh Citra Merek (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3)

D. Hipotesis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kevin Yeremia dan Kambey Jantje L. Sepang (2018) menghasilkan penelitian bahwa citra merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi secara parsial variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT Hasjrat Abadi Yamaha Samratulangi Manado.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yoga Prayitno dan Eddy Madiono Sutanto (2018) menghasilkan penelitian bahwa citra merek secara parsial dan simultan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bakmi RN cabang Royal Plaza Surabaya.

H1 : Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maslikhatul Aulia dan Imam Hidayat (2017) menghasilkan penelitian bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada outlet Amanda Brownies cabang Barata Jaya Surabaya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hana Ofela (2016) menghasilkan penelitian bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kebab King Abi Surabaya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, dan Agus Supandi Soegoto (2018) menghasilkan penelitian bahwa harga secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. AIR MANADO.

H2 : Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maslikhatul Aulia dan Imam Hidayat (2017) menghasilkan penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada outlet Amanda Brownies cabang Barata Jaya Surabaya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yoga Prayitno dan Eddy Madiono Sutanto (2018) menghasilkan penelitian bahwa secara parsial dan stimultan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bakmi RN cabang Royal Plaza Surabaya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hana Ofela (2016) menghasilkan penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kebab King Abi Surabaya. Dan dalam penelitian ini kualitas produk memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, dan Agus Supandi Soegoto (2018) menghasilkan penelitian bahwa kualitas produk secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. AIR MANADO.

H3 : Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis sebelumnya, ada beberapa kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah :

1. Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen motor Honda BeAT.
2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen motor Honda BeAT.
3. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen motor Honda BeAT.

B. SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Petugas bengkel Ahass disarankan melakukan edukasi terhadap konsumen tentang manfaat dan keuntungan yang diperoleh jika servis di bengkel Ahass bisa melalui sosial media dan menjaga image di benak konsumen. Sehingga bengkel Ahass bisa lebih dikenal oleh konsumen.
 - b. Honda disarankan berkoordinasi dengan distributor yang menjual motor Honda BeAT seiring banyaknya permintaan, diharapkan potongan harga yang diberikan sesuai agar penjualan semakin meningkat.

- c. Honda disarankan agar membuat jok penyimpanan sesuai dengan harapan konsumen, mungkin dengan menambah ukuran jok menjadi lebih besar, agar konsumen bisa menyimpan barang lebih banyak.
- d. Honda disarankan melakukan variasi model atau mengikuti *trend* otomotif yang ada dan promosi dengan *endorsment*, agar konsumen lebih tertarik dan mencoba membeli produk tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti berikutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menambah variabel dan indikator lain terkait kepuasan konsumen yang belum tercakup dalam penelitian ini.

A. DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(5).
- Daniar Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3.
- Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 204-225.
- Fermayani, R., Egim, A. S., & Harahap, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Yamaha Nmax (Studi Kasus Pada PT. Yamaha Tjahaja Baru). *Jurnal Ecogen*, 4(3), 427-435.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzah, L. M. dkk. (2016). Pengantar Statistika Ekonomi. CV Anugrah Utama Raharja (AURA).
- Hidayat, A., Hermanto, H., & Dhany, U. R. (2021). Implikasi Kualitas Produk, Harga dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produksi Benih Tanaman Pangan di Paiton Probolinggo. *upm. ac. id*.
- Hikmah. J. V. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe di Kota Batam. *Journal of Management, Accounting, Economic and Business*. Vol 01. No.02. Hal 210-223.
- Hoeffler, S. dan Kevin Lane Keller. (2003). The Marketing Advantages of Strong Brands. *Brand Management*, Vol. 10, No. 6.
- <https://antonjael.files.wordpress.com/2012/12/tabel-f-0-05-a.pdf> Diakses pada 10 April 2022
- https://lkeb.umm.ac.id/files/file/tabel_distribusi.pdf Diakses pada 10 April 2022
- <https://rufiismada.files.wordpress.com/2012/10/tabel-t.pdf> Diakses pada 10 April 2022
- <https://www.astramotor.co.id/alasan-yang-membuat-banyak-orang-lebih-memilih-motor-honda/> Diakses pada 10 April 2022
- <https://www.astra-honda.com/corporate> Diakses pada 12 Oktober 2021
- <https://www.motorplus-online.com/read/252919518/pantas-honda-beat-juara-motor-plus-award-2021-kategori-best-total-cost-of-ownership-pengeluarannya-sehemat-ini> Diakses pada 12 Oktober 2021

- Kambey, K. Y., & Sepang, J. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada (PT. Hasjrat Abadi Yamaha Samratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Kotler. (2005). Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2014). Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Munthe, M. R., Fajrillah, F., & Ginting, R. S. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Susu Dancow Di Kota Medan. *Jurnal Teknovasi: Jurnal Teknik dan Inovasi*, 8(2), 100-118.
- Ofela, H. (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kebab King Abi Kapaskrampung Surabaya* (Doctoral Dissertation, Stiesia Surabaya).
- Prayitno, Y. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Bakmi Raja Nikmat Cabang Royal Plaza Surabaya. *Agora*, 6(2).
- Priyanto, Duwi. (2013). Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS. Yogyakarta: Mediakom
- Stanton, W. J. (2016). Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh, Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji. (2018). Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis. Yogyakarta : Andi
- Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). Statistik untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V.W. (2015). Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. (2006). Manajemen Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy., & Gregorius Chandra. (2017). Pemasaran Strategik Edisi 3. Yogyakarta: Andi offset.

- Tombokan, F., Kawet.L., dan Uhing, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taplus BNI Kantor Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA* Vol.3 No.3 Sept. Hal.552-561.
- Wulandari, S. R., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga,dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 67-78.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Yth.

Konsumen Pengguna Motor Honda BeAT

Di tempat

Assalamualaikum wr.wb.

Dalam rangka penyusunan skripsi guna memenuhi syarat menyelesaikan studi program S1 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIES) Program studi Manajemen, Saya Erma Cristanti Ningsih Mahasiswi S1 Manajemen STIE SURAKARTA sedang melakukan penelitian Tugas Akhir tentang Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda BeAT (Studi Kasus Pengguna Motor Honda BeAT di Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo). Saya sangat mengharapkan partisipasi Anda untuk mengisi kuesioner penelitian sesuai dengan pendapat Anda saat ini. Seluruh data dan informasi yang diperoleh semata-mata hanya untuk kepentingan akademis dan sangat dijaga kerahasiaannya. Atas ketersediaan dan partisipasi Anda dalam penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum wr.wb.

Penulis

Erma Cristanti Ningsih

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Perempuan ☐ Laki-laki
3. Umur : ☐ 17-25
☐ 26-35
☐ 36-45
☐ 46 keatas

B. Petunjuk Pengisian

1. Pernyataan-pernyataan dibawah ini mohon untuk diisi secara jujur sesuai dengan kenyataan yang ada
2. Pilih salah satu jawaban yang menurut anda sesuai. Berikut terdapat lima pilihan jawaban yang tersedia :
 - a. Sangat Tidak Setuju (STS)
 - b. Tidak Setuju (TS)
 - c. Netral (N)
 - d. Setuju (S)
 - e. Sangat Setuju (SS)

C. Daftar Pernyataan Kuesioner setiap Variabel

- a. Citra Merek

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Merek Honda sudah dikenal banyak orang					
2.	Merek Honda mudah diingat					
3.	Tampilan motor Honda selalu up to date					
4.	Motor Honda dirakit mengikuti perkembangan teknologi terbaru					
5.	Motor Honda jenisnya bervariasi					
6.	Motor Honda mudah digunakan					
7.	Ketika saya membutuhkan motor Honda, Dealer Resmi Honda mudah ditemukan					
8.	Ketika motor bermasalah di jalan, saya bisa langsung menghubungi petugas bengkel Ahass					

b. Harga

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Harga Motor Honda BeAT lebih terjangkau dibandingkan produk Motor Honda lainnya					
2.	Saya mendapat potongan harga ketika membeli motor Honda BeAT					
3.	Harga sesuai dengan kualitas produk motor Honda BeAT					
4.	Kualitas produk motor Honda BeAT lebih baik dibandingkan produk motor merek lain dengan jenis yang sama					
5.	Dibandingkan produk motor Honda yang lain, motor Honda BeAT harganya lebih terjangkau					
6.	Harga produk motor Honda BeAT dapat bersaing dengan harga produk motor merek lain dengan jenis yang sama					
7.	Harga sesuai dengan manfaat produk motor Honda BeAT					
8.	Motor Honda BeAT bermanfaat untuk saya					

c. Kualitas Produk

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Performa Motor Honda BeAT sangat baik					
2.	Motor Honda BeAT mampu menanjak ke dataran tinggi					
3.	Motor Honda BeAT nyamandigunakan di berbagai medan jalan					
4.	Motor Honda BeAT nyaman digunakan untuk perjalanan jauh					
5.	Motor Honda BeAT memiliki jok penyimpanan luas					
6.	Motor Honda BeAT memiliki tangki bahan bakar yang besardan penggunaan bahan bakar motor Honda BeAT sangat irit					
7.	Motor Honda BeAT awet digunakan bertahun-tahun					
8.	Motor Honda BeAT mampu membawa beban kurang lebih 100kg					
9.	Kualitas Motor Honda BeAT sangat terjamin					

10.	Motor Honda BeAT cocok digunakan semua kalangan					
-----	---	--	--	--	--	--

d. Kepuasan Konsumen

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Motor Honda BeAT sesuai harapan saya					
2.	Saya merasa puas menggunakan motor Honda BeAT					
3.	Saya puas berkunjung ke Dealer Resmi Honda dan membeli motor Honda BeAT					
4.	Saya puas menggunakan jasa bengkel Ahass untuk perawatan motor Honda BeAT					
5.	Saya merekomendasikan motor Honda BeAT kepada orang lain					
6.	Motor Honda BeAT menjadi jenis motor favorit saya					