

**PENGARUH ASOSIASI MEREK DAN KEPERCAYAAN  
MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK SEPEDA  
MOTOR YAMAHA FINO 125  
(Studi kasus pada komunitas *Fino Owners Indonesia Chapter  
Bekasi*)**

***THE INFLUENCE OF BRAND ASSOCIATION AND BRAND  
TRUST ON BRAND LOYALTY OF MOTORCYCLE YAMAHA  
FINO 125  
(case study on the *Fino Owners Indonesia Chapter Bekasi  
community*)***

Oleh :

**Achmad Taufik**

**2014410069**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi (S1)  
Konsentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
2018**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Achmad Taufik

NIM : 2014410069

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : PENGARUH ASOSIASI MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS MEREK SEPEDA MOTOR YAMAHA FINO  
125 (Studi kasus pada komunitas Fino *Owners* Indonesia Chapter Bekasi)

Telah diperiksa, dan disetujui untuk dijadikan dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana  
tanggal 16 Agustus 2018.

Jakarta, 16 Agustus 2018

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing

(Dian A. Rahim SE, MSi)

(Drs. Fauzi Baisyir, MM)

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH ASOSIASI MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP  
LOYALITAS MEREK SEPEDA MOTOR YAMAHA FINO 125  
(Studi kasus pada komunitas Fino Owners Indonesia Chapter Bekasi)**

***THE INFLUENCE OF BRAND ASSOCIATION AND BRAND TRUST ON BRAND  
LOYALTY OF MOTORCYCLE YAMAHA FINO 125  
(case study on the Fino Owners Indonesia Chapter Bekasi community)***

Oleh :

**Achmad Taufik**

**2014410069**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi (S1)  
Konsentrasi Manajemen Pemasaran Pada  
Universitas Darma Persada

**Jakarta, 16 Agustus 2018**

**Drs. Fauzi Baisvir, MM**  
Pembimbing

**Dr.Firsan Nova**  
Penguji 1

**Resa Nurlaela A, SE., MM**  
Penguji 2

**Drs. Fauzi Baisvir, MM**  
Penguji 3

**Dr. Tri Madjoko, SE, M.A**  
Dekan Fakultas Ekonomi

**Dian A. Rahim, SE, MSi**  
Ketua Jurusan Manajemen

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Achmad Taufik

NIM : 2014410069

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **PENGARUH ASOSIASI MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK SEPEDA MOTOR YAMAHA FINO (Studi kasus pada komunitas Fino Owners Indonesia Chapter Bekasi)**. Yang dibimbing oleh Bapak Drs.Fauzi Baisyir, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata diketemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Agustus 2018

Yang Membuat Pernyataan,

Achmad Taufik

## **ABTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of brand association and brand trust on Yamaha Fino motorcycle brand loyalty (case study on the Fino Owners Indonesia Community Bekasi Chapter). It was conducted with data collection methods by distributing questionnaires directly to 110 members at the Fino Owners Indonesia Community Bekasi Chapter. Using non probability sampling to determine respondents' responses to each variable contained in this research.*

*Furthermore, the analytical method used is simple and multiple linear, namely T and F test. The results showed that the brand association relationship (X1) to brand loyalty (Y) partially showed a relationship of 0.573 and had an effect of 32.9%, while brand trust (X2) on brand loyalty (Y) shows a relationship of 0.560 and has an effect of 31.4%. Then simultaneously, the results of research in relationship between brand associations (X1) and brand trust (X2) to brand loyalty (Y) shows a relationship of 0.642 and has an influence of 41.2%, which means that both of the relationship are very strong. It shows that the purchasers of Yamaha Fino 125cc love the product because it suits what they want. And they also put their trust in the brand of the product they choose.*

**Keywords:** Brand Associations, Brand Trust, Brand Loyalty

## ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Asosiasi Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Yamaha Fino (Studi Kasus Pada Komunitas Fino *Owners* Indonesia Chapter Bekasi). Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan cara penyebaran kuisioner secara langsung kepada 110 orang anggota di komunitas Fino *Owners* Indonesia Chapter Bekasi dengan menggunakan *non probability sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel yang terdapat dalam penelitian ini.

Metode analisis yang digunakan adalah linier sederhana dan berganda yaitu uji T dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan hubungan antara asosiasi merek (X1) terhadap loyalitas merek (Y) secara parsial menunjukkan hubungan sebesar 0,573 dan memiliki pengaruh sebesar 32,9%, sedangkan kepercayaan merek (X2) terhadap loyalitas merek (Y) menunjukkan hubungan sebesar 0,560 dan memiliki pengaruh sebesar 31,4%. Lalu secara simultan hasil penelitian hubungan antara asosiasi merek (X1) dan kepercayaan merek (X2) terhadap loyalitas merek (Y) menunjukkan hubungan sebesar 0,642 dan memiliki pengaruh sebesar 41,2% yang artinya bahwa hubungannya sangat kuat. Hal ini menunjukkan bahwa para konsumen Yamaha Fino 125 menyukai produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkannya dan konsumen tersebut sudah menaruh kepercayaan kepada merek dari produk yang ia pilih.

Kata Kunci : Asosiasi Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek.

Jakarta, 16 Agustus 2018

Achmad Taufik

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Asosiasi Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Yamaha Fino (Studi kasus pada komunitas Fino *Owners* Indonesia Chapter Bekasi).” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Darma Persada, Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini,
2. Bapak Dr. Tri Mardjoko, SE, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada,
3. Ibu Dian A. Rahim SE, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada,
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmunya selama ini,
5. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada,
6. Bapak Bachtiat Effendi dan Ibu Sri Wahyuti yang telah memujudkan impian saya menjadi sarjana. Kakak-kakak terbaik Zanuwar Basri dan Dwi Sefi Effendi atas motivasi dan dukungannya. Keponakan Allaya Rizky Humairoh yang sudah membuat penulis terhibur saat jenuh mengerjakan skripsi. Terima kasih atas semua kasih sayang, doa, nasihat, dan pengorbanan materilnya selama penulis menempuh Studi,
7. Teman-teman pendopo ekonomi, Rizky, Mansol, Jenong, Bogel, Eva, Oji, Bagol, Riesta, Gisel, Pampam, Hamas, Alvin, Dheo, Fadol, Belel, Gaber, Ubuy, serta seluruh manajemen

angkatan 14 dan 15.

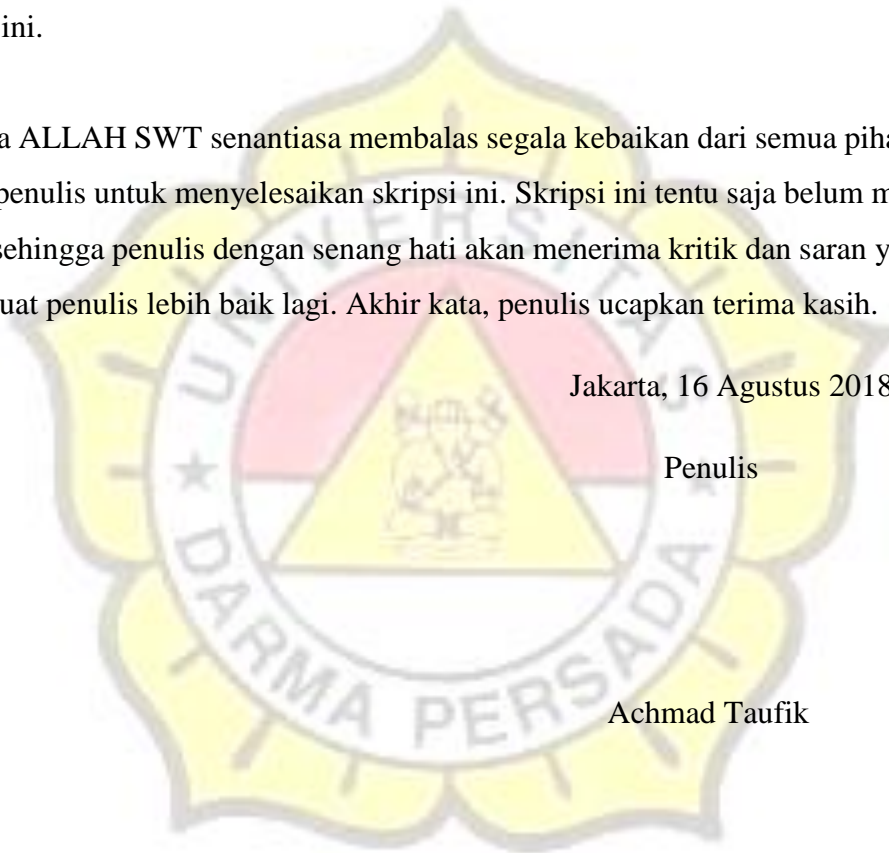
8. Keluarga besar Warnas *Family* 17, Fauzan IH, Arya Karang, Alvino, Dimas, Afi Chairunisa, Vivi, Yudo, Ardi, Keluarga besar Scoopy R-17, Tante *Family* dan Kang Dani *Family* yang telah membantu saya dalam menulis dan mensupport untuk menyelesaikan skripsi ini,
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terima kasih atas doa, semangat dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

Semoga ALLAH SWT senantiasa membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini tentu saja belum mencapai kata sempurna, sehingga penulis dengan senang hati akan menerima kritik dan saran yang tentunya akan membuat penulis lebih baik lagi. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 16 Agustus 2018

Penulis

Achmad Taufik



## DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah .....	12
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	12
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	12
1.2.3 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	15
2.1.2 Merek ( <i>Brand</i> ).....	17
2.1.3 Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ).....	19
2.1.4 Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> ).....	23

Halaman

2.1.5 Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ).....	27
2.1.6 Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ) .....	32
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	39
2.2 Kerangka Pemikiran .....	42
2.2.1 Kerangka Pemikiran .....	44
2.3 Uji Hipotesis .....	45

### BAB III METODELOGI PENELITIAN

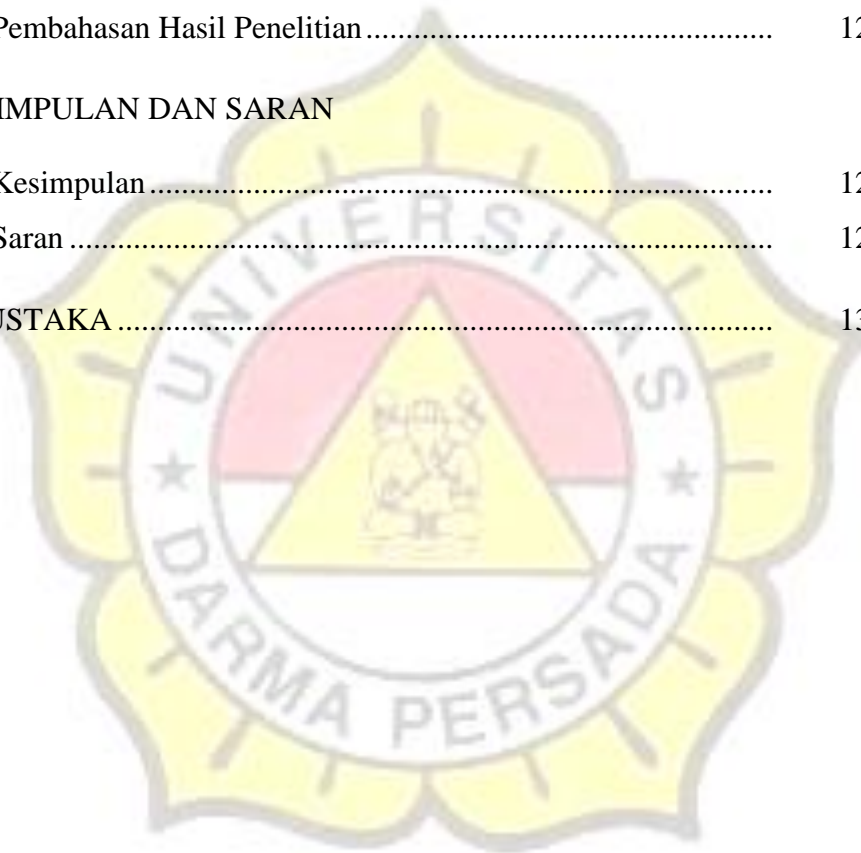
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	46
3.2 Operasional Variabel .....	47
3.3 Sumber Data dan Cara Penentuan data/Informasi .....	51
3.3.1 Lokasi Penelitian .....	51
3.3.2 Sumber Data Yang Digunakan.....	51
3.3.3 Cara Penentuan Data .....	52
3.3.4 Teknik Sampling.....	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.4.1 Penelitian Lapangan .....	54
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	57
3.5.1 Rancangan Analisis .....	57
3.5.2 Alat Analisis .....	58
3.5.3 Uji Hipotesis.....	61
3.5.4 Uji Asumsi Klasik .....	62

### BAB IV GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	66
4.1.1 Profil Yamaha Indonesia Motor <i>Manufacturing</i> .....	66
4.1.2 Visi dan Misi PT. YIMM .....	69
4.1.3 Jenis Produk PT. YIMM.....	69

4.1.4 Gambaran Umum Yamaha Fino 125 .....	70
4.2 Profil dan Struktur Organisasi Komunitas Yamaha Fino <i>Owners</i> Indonesia .....	72
4.2.1 Profil Komunitas Yamaha Fino <i>Owners</i> Indonesia.....	72
4.2.1 Struktur Organisasi Komunitas Yamaha Fino <i>Owners</i> Indonesia Chapter Bekasi .....	74
4.3 Hasil Penelitian Karakteristik/Profil Responden.....	75
4.3.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ....	75
4.3.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Usia.....	75
4.3.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Status Pernikahan	76
4.3.4 Perhitungan Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	77
4.3.5 Perhitungan Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	78
4.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....	79
4.4.1 Variabel Asosiasi Merek .....	79
4.4.2 Variabel Kepercayaan Merek .....	86
4.4.3 Variabel Loyalitas Merek .....	94
4.5 Uji Keabsahan Data .....	102
4.5.1 Uji Validitas.....	102
1. Hasil Uji Validitas Asosiasi Merek.....	103
2. Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek .....	104
3. Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek .....	105
4.5.2 Uji Reliabilitas .....	106
1. Hasil Uji Reliabilitas Asosiasi Merek.....	106
2. Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek.....	107
3. Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Merek.....	107
4.6 Alat Analisis .....	106
4.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	108
4.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	110
4.6.3 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	112

	Halaman
4.6.4 Hasil Uji Hipotesis.....	114
1. Hasil Uji T (Parsial) .....	114
2. Hasil Uji F (Simultan).....	116
4.6.5 Uji Asumsi Klasik .....	118
1. Uji Normalitas .....	118
2. Uji Multikolonieritas .....	121
3. Uji Heteroskedastisitas.....	122
4. Uji Autokorelasi .....	124
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	125
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	128
5.2 Saran .....	129
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>131</b>



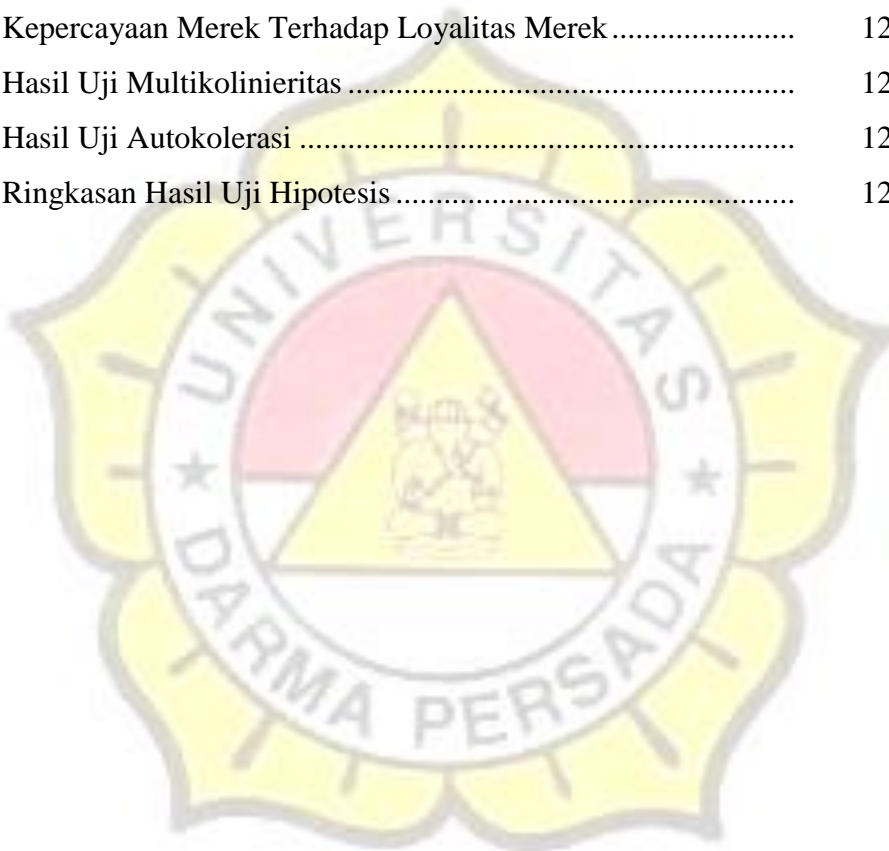
## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Keunggulan Fitur dan Spesifikasi Yamaha Fino 125 dan Honda Scoopy esP .....	6
Tabel 1.2 Data penjualan penjualan dikategori tipe Skutik Retro 110-125cc Sepanjang Tahun 2016-2018.....	7
Tabel 1.3 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Merek .....	8
Tabel 1.4 Data Kategori tipe motor Skuter Matik Otomotif Award 2017 ..	9
Tabel 1.5 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek .....	10
Tabel 2.1 Daftar Peneliti Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Operasional Variabel Asosiasi Merek .....	48
Tabel 3.2 Operasional Variabel Kepercayaan Merek .....	49
Tabel 3.3 Operasional Variabel Loyalitas Merek .....	50
Tabel 3.4 Skala Likert.....	55
Tabel 3.5 Interpretasi Hasil Tanggapan Responden.....	56
Tabel 4.1 Jenis Produk Sepeda Motor Yamaha .....	70
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	76
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	76
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	77
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	78
Tabel 4.7 Saya merasa produk yang diberikan Yamaha Fino lebih Berkualitas.....	79
Tabel 4.8 Fitur Yamaha Fino sesuai dengan keinginan konsumen .....	80
Tabel 4.9 Saya merasa Yamaha Fino memberikan kualitas dan spesifikasi yang sesuai .....	80
Tabel 4.10 Saya merasa Yamaha Fino memberikan kenyamanan berkendara yang sesuai .....	81
Tabel 4.11 Saya merasa Yamaha Fino memberikan gaya trendi saat dikendarai.....	82

Tabel 4.12 Saya merasa Yamaha Fino memberikan kesan matik retro yang lebih <i>elegant</i> dan <i>stylish</i> .....	83
Tabel 4.13 Saya merasa yakin bahwa Yamaha Fino memberikan kualitas yang baik .....	84
Tabel 4.14 Saya merasa puas setelah menggunakan Yamaha Fino .....	84
Tabel 4.15 Saya merasa Yamaha Fino memiliki keunggulan desain body yang berbeda .....	85
Tabel 4.16 Saya merasa Yamaha Fino lebih memberikan banyak fitur Dikelasnya.....	86
Tabel 4.17 Konsumen merasa puas dengan spesifikasi yang diberikan Yamaha Fino .....	87
Tabel 4.18 Yamaha Fino mampu memenuhi janji/kegunaan dari merek lain	87
Tabel 4.19 Konsumen percaya Yamaha Fino sangat memperhatikan setiap komponen yang ada didalamnya (mesin, fitur dan tampilan)...	88
Tabel 4.20 Yamaha Fino memberikan manfaat bagi setiap penggunanya..	89
Tabel 4.21 Konsumen percaya bahwa Yamaha Fino memiliki kredibilitas yang baik .....	90
Tabel 4.22 Yamaha Fino motor retro bergaya <i>stylish</i> di kalangan masyarakat .....	90
Tabel 4.23 Kualitas produk Yamaha Fino baik di kalangan masyarakat....	91
Tabel 4.24 Yamaha Fino motor retro yang memberikan kesan <i>elegant</i> ....	92
Tabel 4.25 Iklan Yamaha Fino memberikan kesan produk yang menarik .	92
Tabel 4.26 Iklan Yamaha Fino memberikan kesan kepercayaan produk terhadap konsumen .....	93
Tabel 4.27 Yamaha Fino merupakan produk yang terpercaya.....	94
Tabel 4.28 Konsumen membeli sesuai dengan ketertarikan Yamaha Fino yang berdesain <i>elegant</i> .....	95
Tabel 4.29 Saya merasa puas dengan apa yang diberikan produk Yamaha Fino .....	96

Tabel 4.30	Saya merasa Yamaha Fino memberikan keamanan terbaik bagi setiap pelanggannya .....	96
Tabel 4.31	Yamaha Fino memberikan kenyamanan terbaik bagi setiap pelanggannya .....	97
Tabel 4.32	Saya merasa Yamaha Fino memberikan kualitas yang sesuai dengan spesifikasi yang diberikan .....	98
Tabel 4.33	Saya merasa Yamaha Fino memberikan kesan motor matik retro yang <i>classic</i> .....	99
Tabel 4.34	Saya membeli berdasarkan dengan ketertarikan bentuk dari Yamaha Fino .....	100
Tabel 4.35	Saya membeli Yamaha Fino berdasarkan kualitas yang diinginkan.....	100
Tabel 4.36	Saya membeli berdasarkan dengan ketertarikan terhadap merek tersebut .....	101
Tabel 4.37	Hasil Uji Validitas Asosiasi Merek.....	103
Tabel 4.38	Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek .....	104
Tabel 4.39	Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek .....	105
Tabel 4.40	Hasil Uji Reliabilitas Asosiasi Merek.....	106
Tabel 4.41	Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek.....	107
Tabel 4.42	Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Merek.....	108
Tabel 4.43	Hasil Coefficient Asosiasi Merek terhadap Loyalitas Merek ...	108
Tabel 4.44	Hasil Coefficient Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek .....	110
Tabel 4.45	Hasil Coefficient Pengaruh Asosiasi Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	111
Tabel 4.46	Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Loyalitas Merek Yamaha Fino .....	112
Tabel 4.47	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Yamaha Fino .....	113

Tabel 4.48 Pengaruh Pengaruh Asosiasi Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Yamaha Fino.....	114
Tabel 4.49 Hasil Uji T Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Loyalitas Merek	115
Tabel 4.50 Hasil Uji T Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek .....	116
Tabel 4.51 Hasil Uji F Pengaruh Asosiasi Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek .....	117
Tabel 4.52 Hasil Uji Normalitas Pengaruh Asosiasi Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	120
Tabel 4.53 Hasil Uji Multikolinieritas .....	122
Tabel 4.54 Hasil Uji Autokolerasi .....	124
Tabel 4.55 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	125



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Gambar Kerangka Pemikiran..... 44
Gambar 4.1	Gambar Logo (Lambang) Yamaha ..... 67
Gambar 4.2	Gambar Produk Yamaha Fino 125 ..... 71
Gambar 4.3	Gambar Struktur Organisasi Komunitas..... 74
Gambar 4.4	Gambar Hasil Uji Normalitas ..... 119
Gambar 4.5	Gambar Analisis Grafik Hasil Uji Heteroskedastistas..... 123



## DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Daftar Riwayat Hidup .....	132
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian .....	133
Lampiran 3	Tabulasi Data Profil Responden .....	137
Lampiran 4	Tabulasi Data Prasurvey Kepercayaan Merek.....	146
Lampiran 5	Tabulasi Data Prasurvey Loyalitas merek .....	147
Lampiran 6	Tabulasi Data Variabel Asosiasi Merek, Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek .....	148
Lampiran 7	Hasil Output SPSS Asosiasi Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	157
Lampiran 8	T Tabel .....	160
Lampiran 9	F Tabel .....	164
Lampiran 10	R Tabel.....	167
Lampiran 11	Catatan Kegiatan Konsultasi.....	170

