

ABSTRACT

In consumers marketing community, Customer Loyalty has been assumed as a crucial goal. Either academics or professionals have been afford trying to find some strong Customer Loyalty. There are many elements which can be used to perstrong Customer Loyalty as if: Perceived Value dan Customer Satisfaction. Thus, this research is trying to find the influence of Perceived Value on Customer Loyalty : Customer Satisfaction as a mediation factor. This research has been done in North Bandung using 100 HONDA motocyler respondences. We use gender and age as a research characteristic. Analysis method we've been used is line analysis method with SPSS version 12.00. Besides, the instruments of the research are adopted from Yang (2004). Based on the result of this research, Perceived Value has given the significant result on Customer Satisfaction; Perceived Value and Customer Satisfaction has given the significant result on Customer Loyalty; Perceived Value has given the significant result on Customer Loyalty through Customer Satisfaction mediation. But Customer satisfaction has the most huge influence on Customer Loyalty.

Keywords: Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

ABSTRAK

Dalam komunitas pemasaran konsumen, *Customer Loyalty* telah dianggap sebagai suatu tujuan penting. Baik itu para akademis maupun professional berupaya untuk menemukan sejumlah *Customer Loyalty* yang kuat. Banyak elemen yang dapat digunakan untuk memperkuat *Customer Loyalty* yaitu: *Perceived Value* dan *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *Perceived Value* pada *Customer Loyalty* : *Customer Satisfaction* sebagai factor mediasi. Penelitian ini dilakukan di Bandung utara dengan menggunakan 100 responden pengguna motor HONDA. Sedangkan karakteristik yang digunakan adalah jenis kelamin dan usia. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis jalur dengan alat bantu SPSS versi 12.00. Selain itu, instrumen penelitian diadopsi dari Yang (2004). Berdasarkan hasil penelitian, *Perceived Value* memberikan hasil yang signifikan pada *Customer Satisfaction*; *Perceived Value* dan *Customer Satisfaction* memberikan hasil yang signifikan pada *Customer Loyalty*; *Perceived Value* memberikan hasil yang signifikan pada *Customer Loyalty* melalui mediasi *Customer Satisfaction*. Akan tetapi *Customer satisfaction* memiliki pengaruh paling besar pada *Customer Loyalty*.

Kata-kata kunci: *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
<i>ABSTRACT</i>	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.1.1 Pengaruh Langsung <i>Perceived Value</i> pada <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	4
1.1.2 Pengaruh Langsung <i>Perceived Value</i> pada <i>Customer</i> <i>Loyalty</i>	5
1.1.3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> pada <i>Customer Loyalty</i> : <i>Customer Satisfaction</i> Sebagai Faktor Mediasi	5

1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9

BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

2.1 <i>Perceived Value</i>	11
2.2 <i>Satisfaction</i>	12
2.3 <i>Loyalty</i>	13
2.4 Kerangka Pemikiran	16
2.5 Hipotesis Penelitian	16
2.6 Penelitian Terdahulu	17

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Dan Lokasi Penelitian	20
3.2 Jenis Penelitian	20
3.3 Desain Penelitian	21
3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian	21
3.5 Metode Pengambilan Sampel	22
3.5.1 Uji <i>Screening Questions</i> Untuk Pengguna Motor HONDA	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data	24
3.7 Uji Outlier	26
3.8 Uji Normalitas	29
3.9 Uji Heteroskedastisitas	30

3.10 Uji Multikolinieritas	32
3.11 Uji Validitas.....	34
3.11.1 Hasil Uji Validitas.....	37
3.12 Uji Reliabilitas	41
3.12.1 Hasil Uji Reliabilitas	44
3.13 Definisi Operasional Variabel	45
3.13.1 Operasionaliasi Variabel	46
3.14 Metode Analisis Data	49
3.15 Kriteria pengujian	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Identitas Responden.....	52
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.1.2 Jenis Kelamin	53
4.1.3 Lamanya Menggunakan Motor HONDA.....	54
4.2 Pengujian Hipotesis Dan Pembahasan	55
4.2.1 Hasil Pengujian Hipotesis-1 (H1)_(Substruktur 1)	56
4.2.2 Hasil Pengujian Hipotesis-2 (H2)_(Substruktur 2)	61
4.2.3 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis-3 (H3).....	67
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	68

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	71
----------------------	----

5.2 Implikasi Manajerial	72
5.3 Keterbatasan Penelitian	72
5.4 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Hasil Uji Outlier	28
Tabel 3.2 Hasil Bebas Outlier	29
Tabel 3.3 Hasil Uji Normalitas	30
Tabel 3.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	31
Tabel 3.5 Hasil Uji Multikolineritas	33
Tabel 3.6 KMO and Bartlett's Test HONDA	38
Tabel 3.7 Rotated Component Matrix HONDA	39
Tabel 3.8 Ringkasan Hasil Uji Validitas	40
Tabel 3.9 Hasil Uji Reabilitas	45
Tabel 3.10 Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 4.1 Identitas 98 Orang Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.2 Identitas 98 Orang Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.3 Identitas 98 Orang Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Anova Hipotesis (1)	56
Tabel 4.5 Hasil Adjusted R Square Hipotesis (1)	58
Tabel 4.6 Hasil Analisis Jalur Hipotesis (1)	59
Tabel 4.7 Korelasi antara <i>perceived value</i> dan <i>perceived satisfaction</i>	60

Tabel	4.8	Hasil Uji Anova Hipotesis (2)	62
Tabel	4.9	Hasil Adjusted R Square Hipotesis (2)	63
Tabel	4.10	Hasil Analisis Jalur Hipotesis (2)	64
Tabel	4.11	Korelasi antara <i>perceived value</i> dan <i>customer satisfaction</i>	67
Tabel	4.12	Ringkasan Hasil Pengujian Keseluruhan Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Penjualan Motor Nasional 2009	1
Gambar 1.2 Pengaruh Antara Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan	6
Gambar 1.3 Jumlah Produksi Motor HONDA Tiap Tahunnya Meningkatkan ..	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	16
Gambar 4.1 Model penelitian	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuosioner Penelitian
- Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 Uji Normalitas dan Multikolinearitas
- Lampiran 4 Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 5 Uji Analisis Jalur
- Lampiran 6 Karakteristik Responden
- Lampiran 7 Jurnal Penelitian