



PERPUSTAKAAN

MILIK PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS PADJADJARAN

Di terima

12 JUL 2007

Inventarisasi : 480/MM/Hd.7/2007

Klasifikasi : RJ 658.8 And of

Subyek : Marketing M



TESIS

**PENGARUH *TRUST*, *VALUE*, DAN *BRAND EQUITY*
TERHADAP *BEHAVIORAL LOYALTY* DAN
ATTITUDINAL LOYALTY SEPEDA MOTOR MEREK
HONDA DI YOGYAKARTA**



ANDRE PURNAMA TRIWIBOWO
No. Mhs. : 04.996/PS/MM

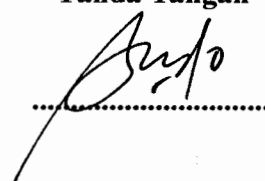
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2007



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Andre Purnama Triwibowo
Nomor Mahasiswa : 04.996/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul tesis : Pengaruh *Trust, Value, dan Brand equity*
terhadap *Behavioral Loyalty* dan
Attitudinal Loyalty Sepeda Motor Merek
Honda di Yogyakarta

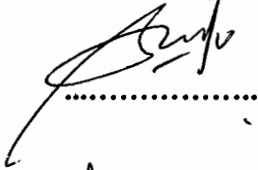
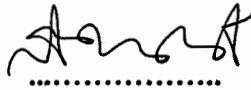
Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda Tangan
Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	8 Desember 2006	



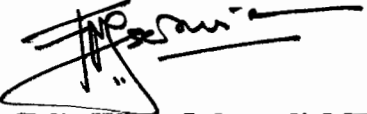
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Andre Purnama Triwibowo
Nomor Mahasiswa : 04.996/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul tesis : Pengaruh *Trust, Value, dan Brand equity*
terhadap *Behavioral Loyalty* dan
Attitudinal Loyalty Sepeda Motor Merek
Honda di Yogyakarta

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	9 Februari 2006	
Dr. M.F. Shellyana Junaedi, SE, M.Si.	9 Februari 2006	
Mahestu Noviandra, SE., M.Sc.lb.	9 Februari 2006	

Ketua Program Studi Magister Manajemen


Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini merupakan karya pribadi dan bukan merupakan duplikasi dari karya tulis yang ada sebelumnya. Semua yang tertulis berupa data, teks, gambar, analisis, kesimpulan, dan rekomendasi, kecuali yang telah secara tertulis menyebutkan sumber acuan dalam tesis ini, adalah murni karya saya dan merupakan hasil kerja pribadi.

AUTHENTICITY STATEMENT

I proclaim that this thesis is my personal work, not a duplication of any previous work. All information reported whether in form of data, text, illustration, analysis, conclusion, and recommendation, aside from citation referred in the thesis, are exclusively my personal work.

Yogyakarta, Desember 2006

Andre Purnama Triwibowo

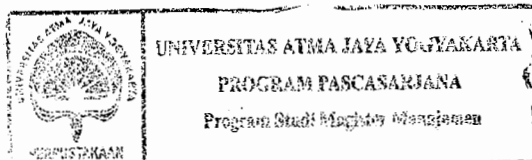
INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan dan menganalisis pengaruh dari kepercayaan, nilai, ekuitas merek terhadap loyalitas kesikapan dan loyalitas keperilakuan pengguna dan pemilik sepeda motor merek Honda di daerah Yogyakarta. Loyalitas pelanggan yang merupakan tujuan dari para pemasar pada penelitian ini lebih dibagi kembali menjadi dua, yaitu loyalitas kesikapan dan loyalitas keperilakuan. Dengan menganalisa loyalitas kesikapan dan loyalitas keperilakuan secara bersama maka dapat ditentukan faktor-faktor pemasaran (kepercayaan, nilai, dan ekuitas merek) berpengaruh pengguna dan pemilik sepeda motor merek Honda khusus di Daerah Istimewa Yogyakarta. Peneliti pada penelitian ini meneliti pengaruh dari faktor-faktor yang penting di dalam pemasaran (kepercayaan, nilai, dan ekuitas merek) terhadap loyalitas kesikapan dan loyalitas keperilakuan pengguna dan pemilik sepeda motor merek Honda.

Metoda penelitian yang digunakan adalah survey yang diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden dan diolah menggunakan uji analisis *Structtural Equation Modelling* (AMOS) setelah sebelumnya diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan program SPSS. Model dalam penelitian ini mengacu pada model yang telah dikemukakan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Semula responden yang dibutuhkan sebanyak 200 responden tetapi dalam penelitian ini ternyata menambah responden sehingga sebanyak 237 responden terlibat dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan sebanyak 37 responden tidak memenuhi *purposive random sampling*. Pada akhirnya data survey yang dipakai hanya sebesar 188. Penelitian ini menggunakan tehnik Maximum Likelihood Estimation yang semula direncanakan

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai dan ekuitas merek berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas keperilakuan. Nilai dan ekuitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas kesikapan. Faktor kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas kesikapan dan loyalitas keperilakuan.

Kata kunci : Kepercayaan, Nilai, Ekuitas Merek, Loyalitas, Loyalitas Kesikapan, Loyalitas Keperilakuan.



ABSTRACTION

The objective of recent study is to determine and analyze the influence of trust, value, and brand equity toward attitude loyalty and behavior loyalty of user and owner of Honda motorcycle in Yogyakarta. Customer loyalty which is part of the objective of marketer in recent study in so far will be divided into two parts, attitude loyalty and behavior loyalty. Through analyzing attitude loyalty and behavior loyalty simultaneously, we may determine the marketing factor (trust, value, and brand equity) as having influence toward user and owner of Honda motorcycle, particularly in Daerah Istimewa Yogyakarta. The researcher examined the influence factors important to the marketing (trust, value, and brand equity) toward attitude loyalty and behavior loyalty of user and owner of Honda motorcycle.

The method of recent research is a survey conducted by giving questionnaire to the respondents and analyzed with structural Equation Modelling (AMOS) after the validity and reliability are tested previously by SPSS program. The model of recent research refers to the model which is asserted by many previous researches. In the beginning it is 200 respondents needed but in recent research there is addition as much as 237 total respondent included. This is caused by 37 respondent do not meet the purposive random sampling. Finally, data of the survey is only 188. The research applies maximum Likelihood Estimation just as previously planned.

The result of recent study shows that value and brand equity significantly having influence toward behavior loyalty. Value and brand equity are not significantly having influence toward attitude loyalty. The factor of trust is not significantly having influence toward attitude loyalty as well as behavior loyalty.

Keywords: Trust, Value, Brand Equity, Loyalty, Attitude loyalty, Behavior loyalty.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadapan **ALLAH BAPA YANG MAHA KUASA**, dengan perantaraan Putera-Nya **TUHAN YESUS**, bersama persekutuan dengan **ROH KUDUS**, dan **BUNDA MARIA** yang senantiasa mendoakan penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul **“PENGARUH TRUST, VALUE, DAN BRAND EQUITY TERHADAP BEHAVIORAL LOYALTY DAN ATTITUDINAL LOYALTY SEPEDA MOTOR MEREK HONDA DI YOGYAKARTA.”** Semuanya itu atas berkat, rahmat, kasih dan bimbingan-Nya. Adapun tujuan tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dengan selesainya tesis ini, penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tak langsung, yaitu:

1. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, pengarahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA. Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Pasca Sarjana UAJY.
3. Bapak Dr. Hamin, MBA., Bapak Ir. Daud Tjondroraharjo, MBA., Ibu Dr. M.F. Shellyana Junaedi, SE, M.Si. yang turut memberikan

bimbingan, petunjuk, dan saran sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

4. Segenap dosen, dan karyawan Program Pasca Sarjana UAJY, atas segala ilmu dan pendampingan yang diberikan selama masa kuliah.
5. Seluruh staf, karyawan, cleaning service, satpam dan terutama parkiran yang telah banyak membantu penulis selama kuliah.
6. To all my family, Papi Alb. Ary Wibowo S, Mami (alm. MAC Giana Susianawati), dan Mami Elizabeth Elly Yani, Ko Sugeng & Cie Joyce, Ko Hao dan Cie Evy, Adikku Danny, dan Sepupuku Steve.
7. Para responden membantu pengisian dan penyebaran kuisioner sehingga semua kuisioner kembali dengan baik.
8. Untuk teman-teman dekatku: Ferdinand & Ella, Benny & Lily, Sonny, Kwoing, Sigit, Maya, Tina, Elisa, Vivin, Koh Andy & Istri, Pak Niko, Andy, Thomas, Fenny, Pak Wid, Mas Anjas, Anita, Mas Sunu & Istri, Mas Kaswadi & Istri, Slamet.
9. Untuk semua teman MM Atma (Andy, Nyoman, Johan, Amel, Ade, Rosa, Sani, Guntur, Menur, Monic, Hendra, Meli, Venny, Inge, Jordan).
10. Untuk pembimbing rohaniku Romo Maximilamus Sriyanto, Sj., Romo Tomo Pr., Romo Setiawan Sj., Frater Ferry, dan Bapak Louis.
11. Serta semua pihak yang belum disebutkan.

Dalam menyusun Tesis ini, disadari masih terdapat kekurangan-kekurangan di sana sini. Untuk itu dimohon maaf yang sebesar-besarnya bila kekurangan-kekurangan tersebut terasa mengganggu. Akhir kata, diharapkan agar Tesis ini bisa bermanfaat bagi semua pihak khususnya para pembaca.

Yogyakarta, 8 Desember 2006

Penulis



Pikullah kuk yang Kupasang dan belajarliah pada-Ku, karena

Aku lemah lembut dan rendah hati dan jiwamu akan

mendapat ketenangan.

(Matius 11:29)

Aku berkata kepadamu:

Sesungguhnya segala sesuatu yang kamu minta kepada Bapa,

akan diberikan-Nya kepadamu dalam nama-Ku.

(Yohanes 16:23)

*I do the very best I know how – the very best I can: and I
mean to keep on doing so until the end.*

(Abraham Lincoln)

Remember you will not always win.

Some days, the most resourceful individual will taste defeat.

*But There is, in this case, always tomorrow – after you have
done your best to achieve success today.*

(Maxwell Maltz)



I dedicated for:

My father, Mother, brothers , sisters, and someone who had
special placed in my heart.....

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
INTISARI.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO.....	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I. Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	7

BAB II. Landasan Konseptual dan Hipotesis.....	9
A. Landasan Konseptual.....	9
1. Trust.....	9
2. Value.....	10
3. Ekuitas Merek.....	12
4. Loyalitas.....	15
4.1. Loyalitas Kesikapan.....	16
4.2. Loyalitas Keperilakuan.....	18
B. Hipotesis.....	20
1. Model Penelitian.....	20
2. Pengembangan Hipotesis.....	20
BAB III. Metoda Penelitian.....	22
A. Lingkup Penelitian.....	22
B. Metoda Pengambilan Sampel.....	22
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Instrumen Penelitian.....	24
1. Kepercayaan Merek (<i>Trust</i>).....	24
2. Nilai (<i>Value</i>).....	25
3. Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	26
4. Loyalitas Kesikapan.....	26
5. Loyalitas Keperilakuan.....	27

D. Metoda Pengujian Instrumen.....	28
1. Uji Validitas.....	28
a. Uji Validitas Variabel Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	29
b. Uji Validitas Variabel Nilai (<i>Value</i>).....	30
c. Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	30
d. Uji Validitas Variabel Loyalitas Kesikapan (<i>Attitudinal Loyalty</i>).....	31
e. Uji Validitas Variabel Loyalitas Keperilakuan (<i>Behavioral Loyalty</i>).....	32
2. Uji Reliabilitas.....	33
E. Metoda Analisis Data.....	34
1. Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	34
BAB IV. Analisis Data.....	39
A. Analisis Data Deskriptif Responden.....	39
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
2. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
3. Profil Responden Berdasarkan Kepemilikan Sepeda Motor Merek Honda.....	41
4. Profil Responden Berdasarkan Perasaan Kecewa Terhadap Sepeda Motor Merek Honda.....	42
5. Profil Responden Berdasarkan Besarnya Pendapatan.....	43

B. Analisis SEM-AMOS 4.01(<i>Structural Equation Modelling</i>).....	45
1. Evaluasi <i>Data Screening</i> (Uji Asumsi AMOS).....	45
2. Uji Kesesuaian Model.....	45
3. Analisis Hipotesis.....	49
BAB V. Kesimpulan dan Implikasi Manajerial.....	54
A. Kesimpulan.....	54
B. Implikasi Manajerial dan Saran.....	55
C. Kelemahan Penelitian.....	56
D. Kesulitan Penelitian.....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Model Penelitian.....	20
Gambar 2. Data Responden Berdasarkan Gender.....	40
Gambar 3. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Gambar 4. Data Responden Berdasarkan Kepemilikan Sepeda Motor Merek Honda.....	42
Gambar 5. Data Responden Berdasarkan Perasaan Kecewa Terhadap Sepeda Motor Merek Honda.....	43
Gambar 6. Data Responden Besar Pendapatan.....	44
Gambar 7. Model Analisis SEM.....	46

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Uji Validitas variabel kepercayaan (<i>trust</i>).....	29
Tabel 2. Uji Validitas Variabel Nilai (<i>Value</i>).....	30
Tabel 3. Uji Validitas variabel Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	31
Tabel 4. Uji Validitas Variabel Loyalitas Kesikapan (<i>Attitudinal Loyalty</i>).....	31
Tabel 5. Uji Validitas Variabel Loyalitas Keperilakuan (<i>Behavioral Loyalty</i>).....	32
Tabel 6. Hasil Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	33
Tabel 7. Indikator.....	37
Tabel 8. Jumlah Data Penelitian.....	39
Tabel 9. Indikator Goodness-of-Fit Index.....	49
Tabel 10. Koefisien Regresi dan Hipotesis.....	50