

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO
(Studi Kasus Di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana**



Disusun oleh:
Tom Jerry Lolo
NIM 1104 4330

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

2011

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO
(Studi Kasus Di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan Keapada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



Disusun oleh:

Tom Jerry Lolo

NIM 1104 4330

Diperhatikan **HALAMAN PERSETUJUAN** *Ilmu Ekonomi*

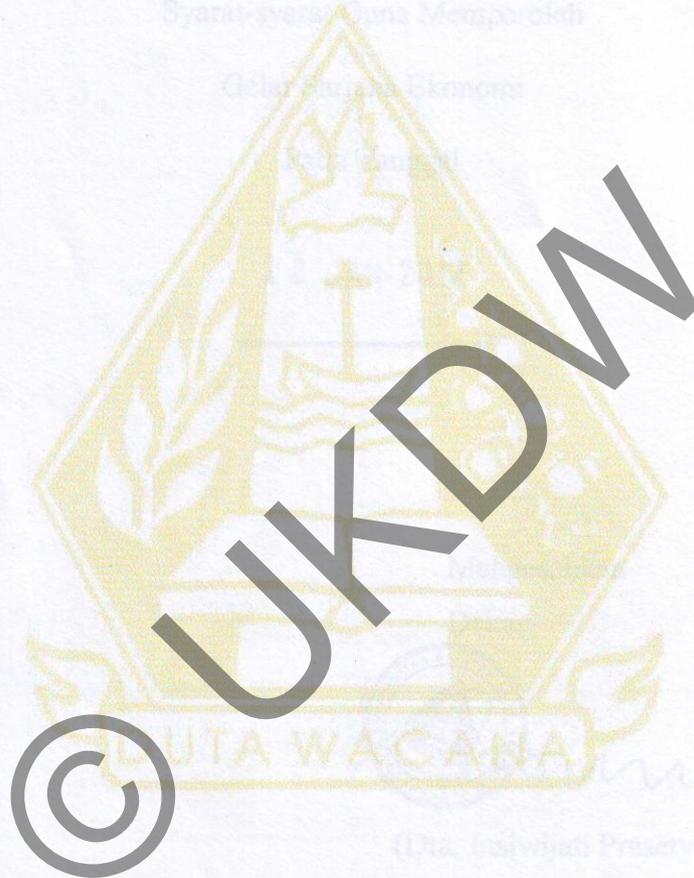
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dasar Diterima Untuk Memenuhi Sebagian

Syarat-syarat Sama Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Manajemen



(Dra. Insiwijati Prasetyaningrati, M.M.)

Disetujui:

Ambar Kusuma Astuti, Dra, Mbi

Sudhan Herdiko, SE, M.M

Wani Retno Andalas, Dra, M.M

Disetujui,

Dosen Pembimbing Skripsi

(Ambar Kusuma Astuti, SE, MSi)

Dipertahankan Di Depan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian
Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

12 JAN 2012

Mengesahkan
Dekan,



(Dra. Insiwijati Prasetyaningsih, M.M)

Dewan Penguji :

1. Ambar Kusuma Astuti, Dra, MSi
2. Jonathan Herdioko, SE, M.M
3. Purwani Retno Andalas, Dra, M.M

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO

Benar - benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam bentuk catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang telah saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana.

Yogyakarta, 22 Desember 2011

Yang Menyatakan



Tom Jerry Lolo

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini aku persembahkan kepada :

- Papa dan mama yang berada di Tentena yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang dan doanya.
- Kakakku Yenni dan Awang, adik-adikku Alung, Chyntia, aku sayang kalian semua.
- Nabila, terima kasih atas perhatian dan semangatnya.
- Teman-temanku : Herry, Ben, Roy, Valen, Ferry, Dayak, dan semua anak-anak kost Sadewa.



MOTTO

" Hari Kemarin adalah kenangan "

" Hari ini adalah kenyataan "

" Hari esok adalah harapan "

"Maka raihlah apa yang kamu cita-citakan Tanpa melihat hari kemarin yang pahit "



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis persembahkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, serta pemyertaan-Nya selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu dalam penelitian ini. Karena atas bantuannya baik berupa ide, gagasan, materi maupun bantuan berupa spirit mampu mendorong penulis untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Ibu Ambar Kusuma Astuti, SE, M.Si.. selaku dosen pembimbing yang baik dan sabar dalam membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Para dosen, staf pengajaran, dan semua civitas akademis Universitas Kristen Duta Wacana yang telah membantu penulis dalam menuntut ilmu.
3. Kedua orang tuaku yang sangat kusayangi dan kucintai, terima kasih atas dukungan dan doa selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu demi satu, terima kasih atas dukungannya selama ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena terbatasnya pengetahuan penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati akan menerima kritik dan saran.

Akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Esa yang akan membalas kebaikan bapak\ibu, teman-teman sekalian dan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi teman-teman ataupun semua yang membacanya. Sekian terima kasih.

Yogyakarta, 22 Desember 2011

Tom Jerry Lolo

© UKDW

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGAJUAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xiii
BAB I Pendahuluan	
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	4
I.3 Batasan Masalah	4
I.4 Tujuan Penelitian	5
I.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II Landasan Teori	
II.1 Gambaran Umum Perusahaan	7
II.2 Harga	11

II.2.1. Memilih Tujuan Penetapan Harga	12
II.2.2. Menentukan Permintaan	14
II.2.3. Memperkirakan Biaya	14
II.2.4. Menganalisis Biaya, Harga, dan Penawaran Pesaing	15
II.2.5. Memilih Metode Penetapan Harga	15
II.2.6. Memilih Harga Akhir	17
II.3. Kualitas Produk	17
II.3.1. Klasifikasi Produk	19
II.3.2. Keputusan Pembelian Produk Individual	20
II.3.2.1. Atribut Produk	21
II.3.2.2. Penetapan Merek	22
II.3.2.3. Pengemasan	22
II.3.2.4. Pemberian Label	23
II.3.2.5. Pelayanan Dukungan Produk	24
II.3.3. Dimensi Kualitas	25
II.4. Loyalitas Konsumen	26
II.4.1. Karakteristik Loyalitas Konsumen	27
II.5. Model Penelitian dan Hipotesis	28
II.5.1. Model Penelitian	28
II.5.2. Hipotesis	29

BAB III Metode Penelitian

III.1. Tempat Penelitian	31
--------------------------	----

III.2. Populasi dan Sampel	31
III.2.1. Populasi	31
III.2.2. Sampel	32
III.2.3. Ukuran Sampel	33
III.3. Metode Pengumpulan Data	33
III.4. Metode Pengujian Instrumen	36
III.4.1. Uji Validitas	36
III.4.2. Uji Reliabilitas	37
III.5. Analisis Persentase	38
III.6. Uji Hipotesis	38
III.6.1. Analisis Regresi Sederhana	38
III.6.2. Analisis Regresi Linear Berganda	39
III.6.3. Uji t	39
III.6.4. Uji F	40
III.6.5. Uji R^2	40

BAB IV Analisis Data

IV.1. Penjelasan Penelitian	42
IV.2. Pengujian Instrumen	42
IV.3. Analisis Karakteristik Responden	45
IV.4. Pengujian Hipotesis	48
IV.4.1. Analisis Regresi Berganda	48
IV.4.2. Uji F	49

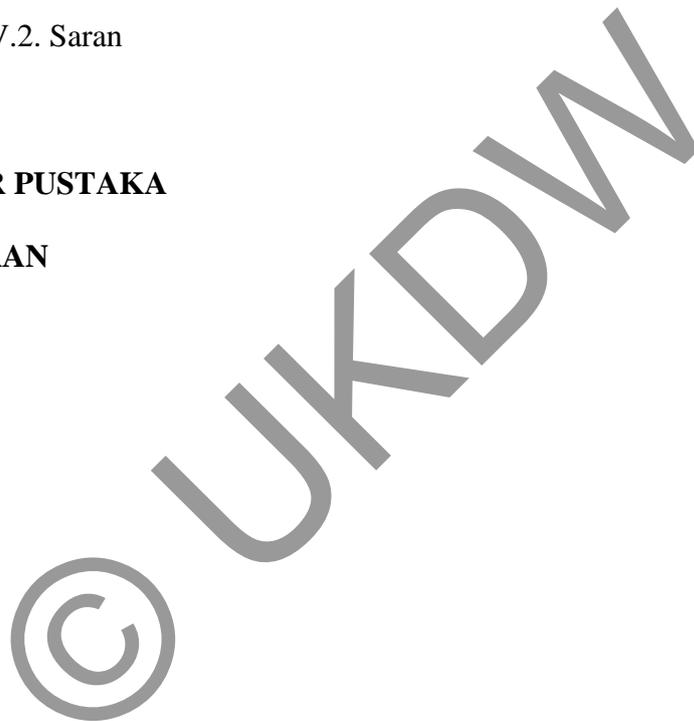
IV.4.3. Uji t	50
IV.4.4. Uji R^2	52
IV.4.5. Kesimpulan Uji Hipotesis	52

BAB V Kesimpulan dan Saran

V.1. Simpulan	55
V.2. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

TABEL

Tabel 4.1. Uji Validitas	44
Tabel 4.2. Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.3. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.4. Persentase Responden Berdasarkan Umur	46
Tabel 4.5. Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.6. Persentase Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran/Bulan	47
Tabel 4.7. Persentase Responden Berdasarkan Lama Menggunakan	48
Tabel 4.8. Regresi Berganda	49

GAMBAR

Gambar II.1. Keputusan Pembelian Produk Individual	20
Gambar II.2. Model Penelitian	28

ABSTRAK

Abad kemajuan teknologi saat ini memberikan kemajuan yang pesat juga pada bidang komunikasi dan transportasi. Hal ini menjadikan banyak munculnya alat-alat transportasi yang dapat mendukung segala kegiatan kita sehari-hari. Alat transportasi yang ada pada saat ini juga ada berbagai jenis, tergantung dari segi apa kita menggunakannya. Salah satu alat transportasi yang praktis dan banyak dibutuhkan konsumen saat ini adalah sepeda motor.

Yamaha Corporation merupakan salah satu produsen sepeda motor yang berpusat di Jepang dan memiliki jalur distribusi pemasaran di Indonesia melalui PT Yamaha Motor Indonesia. Yamaha memiliki dua produk *automatic* yaitu Mio dan Xeon. Yamaha Mio merupakan pioneer sepeda motor *automatic* dan menjadi produk idola masyarakat saat ini karena bisa digunakan oleh laki-laki dan perempuan. Yamaha mio memiliki dua varian yakni Soul dan Sporty.

Persaingan antara produk sepeda motor *automatic* sejenis akhir-akhir ini sangat ketat, baik dalam harga produk, keragaman produk dan lain sebagainya, hal ini yang menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dalam menarik perhatian konsumen. Pelanggan kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini penjual harus memberikan harga produk yang dapat diterima, karena bila tidak, pelanggan akan segera beralih kepada pesaing.

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Abad kemajuan teknologi saat ini memberikan kemajuan yang pesat juga pada bidang komunikasi dan transportasi. Hal ini menjadikan banyak munculnya alat-alat transportasi yang dapat mendukung segala kegiatan kita sehari-hari. Alat transportasi yang ada pada saat ini juga ada berbagai jenis, tergantung dari segi apa kita menggunakannya. Salah satu alat transportasi yang praktis dan banyak dibutuhkan konsumen saat ini adalah sepeda motor.

Yamaha Corporation merupakan salah satu produsen sepeda motor yang berpusat di Jepang dan memiliki jalur distribusi pemasaran di Indonesia melalui PT Yamaha Motor Indonesia.

Yamaha merupakan salah satu produsen sepeda motor yang memperkenalkan produk sepeda motor *automatic*. Produk sepeda motor *automatic* merupakan produk andalan Yamaha saat ini dan merupakan produk idola masyarakat Indonesia terutama mahasiswa.

Yamaha memiliki dua produk *automatic* yaitu Mio dan Xeon. Yamaha Mio merupakan pioneer sepeda motor *automatic* dan menjadi produk idola masyarakat saat ini karena bisa digunakan oleh laki-laki dan perempuan. Yamaha mio memiliki dua varian yakni Soul dan Sporty.

Persaingan antara produk sepeda motor *automatic* sejenis akhir-akhir ini sangat ketat, baik dalam harga produk, keragaman produk dan lain

sebagainya, hal ini yang menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dalam menarik perhatian konsumen.

Kemampuan produk untuk memberikan kepuasan pada pemakainya akan menguatkan kedudukan atau posisi produk dibenak konsumen, sehingga memungkinkan konsumen menjadikan pilihan pertama bilamana akan terjadi pembelian di waktu yang akan datang. Kedua varian Yamaha mio secara spesifik tampilan tidak memiliki perbedaan berarti, dari segi harga terdapat selisih harga yaitu harga mio soul lebih tinggi dari mio sporty.

Produk dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan.

Hurriyati (2005:152) menyatakan harga memiliki mempunyai peranan penting dalam proses yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu pengambilan keputusan para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya.

Pelanggan kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini penjual harus memberikan harga produk yang dapat diterima, karena bila tidak, pelanggan akan segera beralih kepada pesaing.

Loyalitas konsumen sangat penting bagi produk dan jasa yang akan dipasarkan sekaligus penentu bagi keberhasilan pemasar itu sendiri,

Loyalitas itu sendiri dapat diartikan sebagai situasi dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten (Tjiptono 2000:111).

Loyalitas merupakan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam penggunaan suatu barang atau jasa yang telah diberikan pihak perusahaan. Loyalitas dapat menyebabkan pengulangan pembelian merek yang sama walaupun ada pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan pelanggan untuk berpindah merek, untuk mendapatkan loyalitas atau kesetiaan konsumen perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang kompleks.

Banyak perusahaan yang meluncurkan program-program marketing untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu barang atau jasa tertentu seperti yang dilakukan oleh produk sepeda motor Yamaha mio dengan mengkomunikasikan kebaikan-kebaikan produknya.

Suwarni dan Septina Dwi Mayasari (2011) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan paparan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha Mio”**.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

I.3. Batasan Masalah

1. Variabel yang diteliti adalah harga, kualitas produk dan loyalitas konsumen pada produk sepeda motor Yamaha Mio, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

- Harga

Ketepatan menentukan harga di pasar akan membawa kesuksesan bagi perusahaan dalam memasarkan produknya (Tjiptono, 1997:73).

Dalam sebuah penetapan harga, perusahaan dapat memilih salah satu dari lima tujuan utama penetapan harga yaitu kelangsungan hidup, laba maksimum sekarang, pangsa pasar maksimum, menguasai pasar secara maksimum, atau kepemimpinan mutu produk. (Kotler dan Keller, 2007:85). Dengan adanya informasi tentang permintaan pelanggan (*customer's demand*), fungsi biaya (*cost function*), dan harga pesaing (*competitor price*), perusahaan

akan siap untuk memilih harga yang akan dikenakan di pasar.

- **Kualitas Produk**

Konsumen cenderung melihat produk sebagai kumpulan manfaat kompleks yang memuaskan kebutuhan mereka. Ketika mengembangkan produk, pemasar harus mengidentifikasi inti kebutuhan konsumen yang dipenuhi oleh produk. Kemudian mereka harus merancang produk aktual dan menemukan cara untuk memberikan tambahan padanya agar menciptakan kumpulan manfaat yang paling memuaskan konsumen.

- **Loyalitas Konsumen**

Loyalitas merupakan suatu sikap positif konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang disertai dengan perilaku pembelian secara berulang dan bersifat konsisten, yang selanjutnya mereka atau konsumen merekomendasikan produk atau jasa perusahaan tersebut kepada orang lain.

2. Penelitian dilakukan di UKDW.

I.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada produk sepeda motor Yamaha mio.

I.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi perusahaan sebagai salah satu dasar pertimbangan untuk mengambil langkah-langkah atau gambaran tentang pentingnya faktor harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pada produk sepeda motor Yamaha mio.

© UKDW

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada bab empat di depan, maka pada bab lima ini penulis mengambil suatu kesimpulan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Hasil analisis karakteristik responden disimpulkan sebagai berikut :
 - a. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 62 responden atau 62%.
 - b. Berdasarkan karakteristik umur mayoritas responden dalam penelitian ini berumur 21–24 Tahun yaitu sebanyak 51 responden atau 51%.
 - c. Berdasarkan karakteristik pendidikan terakhir dapat diketahui bahwa, responden dalam penelitian ini berpendidikan terakhir SLTA/Sederajat yaitu sebanyak 48 responden atau 48%.
 - d. Berdasarkan karakteristik Rata-rata pengeluaran/bulan mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki rata-rata pengeluaran/bulan sebesar Rp.1000.000 – Rp.2.000.000 sebanyak 75 responden atau 75%.
 - e. Berdasarkan lama menggunakan mayoritas responden dalam penelitian ini lama menggunakan sepeda motor 1 Tahun -

5 Tahun yaitu sebanyak 51 responden atau 51%.

2. Hasil analisis regresi disimpulkan sebagai berikut :
 - a. Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
 - b. Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
 - c. Harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.
 - d. Harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.
 - e. Faktor harga dan kualitas produk secara simultan memberikan pengaruh sebesar 77.9% dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan diatas penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Faktor harga merupakan bagian dalam meningkatkan loyalitas konsumen, maka diharapkan pada produsen sepeda motor Yamaha Mio untuk tetap kompetitif dan dapat diterima oleh konsumen dalam penetapan harga .
2. Faktor kualitas produk merupakan bagian dalam meningkatkan loyalitas konsumen, maka diharapkan pada produsen sepeda motor Yamaha

Mio untuk tetap mempertahankan kualitas produk Yamaha Mio atau bahkan meningkatkan kualitas produk agar konsumen tetap loyal.

3. Harga dan kualitas produk merupakan dua kombinasi yang mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas konsumen, hendaknya produsen sepeda motor Yamaha Mio untuk mempertimbangkan faktor lain yang dapat mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas konsumen

© UKDWN

DAFTAR PUSTAKA

- Gujarati, Damodar. (2001), *Ekonometrika Dasar*, Terjemahan Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga.
- Jogiyanto, (2005), *Metodologi Penelitian Bisnis : salah kaprah dan pengalaman pengalaman*, Edisi 2007. Yogyakarta ; BPFE
- Kotler, Philip. (1997), *Manajemen pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid 1 dan 2. (Alih Bahasa). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip, (2000), *Marketing Mangement*, the Millenium Edition, Ten Edition, USA; Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Phillip. (2002). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Melenium*. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lan Keller. (2007), *Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi II*. Indeks : Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad, (2003), *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, (1999), *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit: CV. ALFABETA, Bandung.
- Suratno dan Lincolin Arsyat. (2003). *Metodologi Penelitian, Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Revisi. Yogyakarta : UPP AMP YKPN
- Suwarni dan Septina Dwi Mayasari. (2009), *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen*. JURNAL EKONOMI BISNIS, TH. 16, NO. 1, MARET 2011.
- Tjiptono, Fandi. (1997), *Strategi Pemasaran. Edisi 2*. Andi : Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. (2000), *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Andi, Yogyakarta.
- Umar, Husein, (2003), *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa: Cara mudah melaksanakan riset perilaku konsumen jasa, dilengkapi dengan contoh riset kecemasan, kepuasan, loyalitas, kinerja, serta sikap dan perilaku konsumen*, Penerbit: Ghalia Indonesia, Jakarta.