



PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP

***BRAND LOYALTY* YAMAHA MIO**

Studi Penelitian di kalangan Mahasiswa
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tahun 2007



Disusun Oleh

EDI WIBOWO AJI PRIBADI
20020410170

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA



**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP
BRAND LOYALTY YAMAHA MIO**

Studi Penelitian di kalangan Mahasiswa
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tahun 2007

SIKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Disusun Oleh :

EDI WIBOWO AJI PRIBADI
20020410170

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SIKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP

***BRAND LOYALTY* YAMAHA MIO**

Studi Penelitian di Kalangan Mahasiswa
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tahun 2007

Diajukan oleh



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Rini Lurri Aenuti

Rini Lurri Aenuti SE M Si

Tanggal

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP
BRAND LOYALTY YAMAHA MIO**

Studi Penelitian di Kalangan Mahasiswa
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tahun 2007

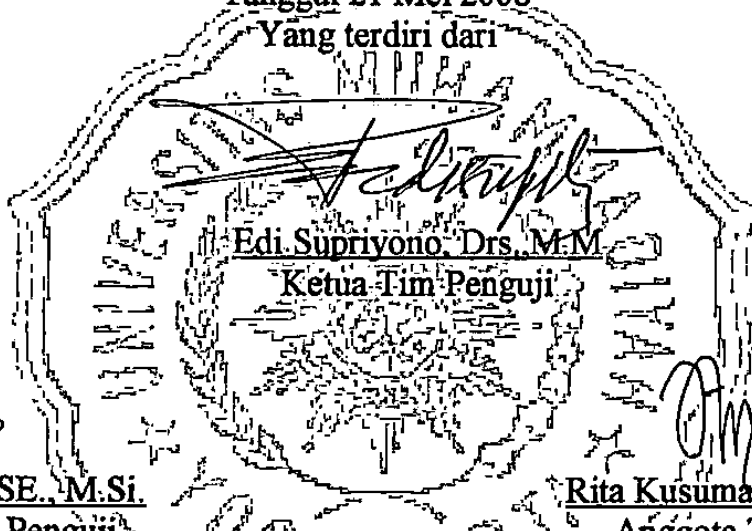
Diajukan oleh

EDI WIBOWO AJI PRIBADI
20020410170

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 21-Mei 2008

Yang terdiri dari



Edi Supriyono, Drs. M.M.
Ketua Tim Penguji


Lela Hindasah, SE., M.Si.
Anggota Tim Penguji


Rita Kusumawati, SE., M.Si.
Anggota Tim Penguji

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

NAMA : Edi Wibowo Aji Pribadi

NIM : 20020410170

Menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diuraikan dalam naskah ini dan dibuktikan dalam

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah hirobil'alamin segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul "**Pengaruh *Brand Image* Terhadap *Brand Loyalty* Yamaha Mio**". Dengan baik sekalipun berbagai rintangan menyertainya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda tercinta Nabiullah Muhammad SAW yang telah membimbing kita dengan ajaran pencerahan, serta doa dan safa'atnya yang kita semua harapkan di akhirat kelak.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Drs. Misbachul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Lela Hindasah, SE.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan serta petunjuk kepada penulis.
3. Ibu Rini Juni Astuti,SE.M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi. yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta petunjuk selama proses penulisan skripsi ini

4. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendidik dan mengajari peneliti selama menempuh perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu serta saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga amal kebaikan dan segala bimbingan serta bantuan yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan dari Allah SWT, Amin.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Brand Loyalty	7
1. Pengertian Loyalitas.....	7
2. Pendekatan dan Tahap Loyalitas.....	8
3. Indikator Loyalitas Konsumen.....	10
B. Brand Image.....	13
1. Pengertian Brand Image.....	13
2. Pentingnya Brand Image.....	14
3. Indikator Brand Image	18
C. Hubungan antara Brand Image dan Brand loyalty.....	20
D. Penelitian Terdahulu.....	23
E. Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Lokasi dan Objek Penelitian	27
B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
1. Populasi.....	27
2. Sampel.....	27
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	28
C. Variabel Penelitian.....	30
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
1. Kuesioner	30
2. Studi Pustaka.....	31
E. Defisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
1. Brand Loyalty	31
2. Brand Image.....	32
F. Uji Kualitas Instrumen.....	33
1. Validitas	33
2. Reliabilitas	33
G. Teknis Analisis data.....	34
1. Analisis Deskriptif	34
2. Analisis Kuantitatif.....	35
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 36
A. Identifikasi Responden	36
B. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	38
1. Pengujian Validitas Instrumen.....	38
a. Kuesioner Brand Image	38
b. Kuesioner Brand Loyalty.....	40
2. Pengujian Reliabilitas Instrumen	41
C. Analisis Deskriptif.....	42
1. Brand Image	42

2. Brand Loyalty	44
D. Analisis Kuantitatif	45
1. Koefisien Regresi.....	46
2. Koefisien Determinan	47
3. Persamaan Regresi	47
4. Signifikansi Koefisien Regresi.....	48
BAB V PENUTUP	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran	50