

**PENGARUH KESESUAIAN CITRA DIRI TERHADAP KESUKAAN
MEREK DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK SEPEDA
MOTOR "HONDA"**

***THE INFLUENCE OF SELF IMAGE CONGRUENCE ON BRAND PREFERENCE
AND CUSTOMER SATISFACTION OF MOTORCYCLE OF HONDA***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Disusun oleh :

RINA DIKA PRASMINAR

20060410058

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2010**

SKRIPSI

**PENGARUH KESESUAIAN CITRA DIRI TERHADAP KESUKAAN
MEREK DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK SEPEDA
MOTOR "HONDA"**

***THE INFLUENCE OF SELF IMAGE CONGRUENCE ON BRAND PREFERENCE
AND CUSTOMER SATISFACTION OF MOTORCYCLE OF HONDA***



Diajukan oleh:

RINA DIKA PRASMINAR

20060410058

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

Fajarwati , S.E., M.Si.
NIK 143 054

Tanggal April 2010

SKRIPSI
PENGARUH KESESUAIAN CITRA DIRI TERHADAP KESUKAAN
MEREK DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK SEPEDA
MOTOR "HONDA"

INFLUENCE OF SELF IMAGE CONGRUENCE BRAND ON PREFERENCE AND
CUSTOMER SATISFACTION ON MOTORCYCLE OF HONDA

Diajukan oleh

RINA DIKA PRASMINAR

20060410058

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 21 April 2010
Yang Terdiri dari:

Sutrisno Wibowo, S.E., MM.
Ketua Tim Penguji

Fajarwati, S.E.,M.Si
Anggota Tim Penguji

Fauziah, S.E.,M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar,SE., Msi.
NIK : 143 014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Rina Dika Prasminar

No Mahasiswa : 20060410058

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “ Pengaruh Kesesuaian Citra Diri Terhadap Kesukaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Pada Produk Sepeda Motor Honda.” Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, Maret 2010

Rina Dika Prasminar

MOTTO

Bersabarlah terhadap apa yang menimpamu,
Sesungguhnya yang demikian itu termasuk hal yang diwajibkan Allah.

(QS. Lukman 31:17)

Jadilah seperti mata air yang jernih yang terus mengalir airnya yang
sejuk ke segala arah, tanpa mengharapkan air itu kembali lagi.

(Leni D'rahma)

Persahabatan adalah kebutuhan jiwa maka persahabatan yang terindah
untuk persahabatan itu, karena dia akan tahu kapan masa pasangmu dan
kapan masa surutmu.

(Kahlil Gibran)

Untuk dapat meraih kesuksesan, yang dibutuhkan dari bakat hanya satu
persen selebihnya adalah kemauan yang kuat.

(Thomas Alfa Edison)

Manis atau kebahagiaan jangan segera ditelan, pahit atau kesedihan jangan
segera dimuntahkan

(Jan Nas)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk :

- 1. Kedua orang tuaku tercinta**
- 2. Familiku tersayang**
- 3. Almamaterku**

INTISARI

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh kesesuaian citra diri terhadap kesukaan merek dan kepuasan konsumen pada produk sepeda motor "Honda". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesesuaian citra diri terhadap kesukaan merek, untuk menganalisis pengaruh kesesuaian diri terhadap kepuasan konsumen, dan untuk menganalisis kesesuaian citra diri terhadap kesukaan merek dan kepuasan konsumen.

Obyek penelitian adalah produk sepeda motor Honda dengan subyek penelitian pada pengguna sepeda motor Honda yaitu mahasiswa dari semua fakultas yang ada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling* dalam bentuk *convenience sampling*. Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linear Sederhana dan Analisis MANOVA.

Hasil penelitian ini untuk menunjukkan variabel kesesuaian citra berpengaruh signifikan terhadap kesukaan merek, variabel kesesuaian citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima, variabel kesesuaian citra berpengaruh signifikan terhadap kesukaan merek dan kepuasan konsumen dapat diterima.

Kata kunci: kesesuaian citra diri, kesukaan merek dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

This research prove an effect according to image to consumer fasting and customer satisfaction at motorcycle user of Honda for goal to analyze influence according to self image to brand of preference, analyze influence according to self to satisfaction of consumer , analyze according to self image to brand of preference and satisfaction of consumer

This research for object research is motorcycle user of Honda with subject customer at faculty of Muhammadiyah University of Yogyakarta. Data for research is primer data with Non Probability Sampling technique in convenience sampling. For analyze data with regression linear and MANOVA analyze.

Result of this research indicate variable according to image have an effect on significant to brand of preference can be accepted, variable according to image have an effect on significant to satisfaction of consumer can be accepted, variable according to image have an effect on significant to brand of preference and satisfaction of consumer can be accepted.

Keyword: according to self image, brand of preference and satisfaction of consumer

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, kepada kami sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **”Pengaruh Kesesuaian Citra Diri Terhadap Kesukaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Pada Produk Sepeda Motor Honda”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 dari Fakultas Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyusunan skripsi ini dari persiapan sampai terselesainya tugas ini, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah membantu memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang begitu berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Misbahul Anwar, S.E, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Fajarwati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, dorongan dan kesabaran sampai terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

3. Bapak dan Ibu yang tak henti-hentinya mencurahkan kasih sayang serta memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materiil dari awal kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.
4. Adikku Fadhli yang telah bersedia membantu serta memberikan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini. Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, Maret 2010

Penulis

Rina Dika Prasminar

THANK'S TO

1. *Pertama -tama untuk Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan petunjukna dalam perjalanan hidupku dan Nabi Muhammad SAW yang telah membantu aku menjadi muslim sejak lahir sampai mati nanti.*
2. *Untuk kedua orang tuaku (Bapak Bimo Harnaji dan Ibu Endang Wahyuningsih) terima kasih telah merawat, membesarkan, melindungiku , membiayai hidupku dan pastinya selalu mendoakan dan mendukungku tanpa lelah dan tanpa balas jasa sedikitpun.*
3. *Untuk keluarga besarku Eyang Kakung dan Eyang Putri, Om Wan dan Bulik Salbi, Om Tato (terima kasih banget sudah dibantu dalam urusan kampus dari awal masuk UMY sampai akhirnya bisa lulus dari UMY) dan Bulik Eni, Om Nur dan Bulik Ida, Bulik Rum, Om Cip dan Tante Rin yang telah memberikan dorongan baik doa maupun semangat yang tanpa henti*
4. *Untuk Adekku Fadli akhirnya kita lulus bareng ya Dek,,walaupun beda tingkat...Makasih dah kasih support dan doana.*
5. *My Soulmate Abie (Rendra Sani) makasih banget dukungan, support n semangatna selama ini sehingga aku jadi lebih tegar, mandiri dan sanggup jalanin ini semua tanpa ada kamu disamping aku. Tapi berkat kamu juga aku termotivasi untuk cepat-cepat nyesain kuliah dan tugas akhir demi nyusul kamu di Jakarta...(hehehe...)*
6. *Sahabat-sahabatku Independent Girl's (Mela, Nana, Susan, Siska, Rini, Dita, Wulan, Ika dan Qintan) dan Independent Boy's (Gapong, Kancil, Diki dan Bastian) terima kasih dukungan dan semangatna selama ini...Luv u All my best friend.*
7. *Sahabat- sahabatku the pingker's (Nita, Nunung dan Eming) makasih semangat, doa dan waktuna dah mendengarkan curhatku selama ini dan terima kasih atas semua kenangan yang pernah kita Lewati bareng di kampus.*

8. *Anak-anak Manajemen 2006 khususnya kelas B (Azi, Riri, Nisa, Arti Rosa, Adel, Tri, Ratna), teman-teman Marketing 2006 (Isti, Tika, Mita, Icha) dan anak-anak manajemen 2006 semuanya yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih supotna selama ini.*
9. *Untuk Fatonah, terima kasih selama ini dah dibantu in informasi selama bimbingan dan terima kasih juga dah jadi teman ngobrol sambil nungguin bimbingan(hehee,,,,).*
10. *Teman-teman Manajemen 2004 (Dendi, Endro, Jaka, Okto dan Amri, Koko (makasih bantuanna dalam proses pengerjaan skripsi dari awal, olah data dan sampai akhirnya semua bisa terselesaikan dan juga makasih dah jadi teman curhatku).*
11. *Teman-teman seperjuangan pendadaran (Saminem, Dwi, Azhar, Jardin, Jaka dan Amri) akhirnya kita bias lulus bareng walau beda bulan pendadaran karena aku harus ngulang...hehe..*
12. *Semua teman-teman dan semua pihak yang telah membantu memberikan doa dan semangatnya dan tidak bisa disebutkan satu persatu aku ucapkan terima kasih.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
THANK’S TO.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Pengertian Kesesuaian Citra Diri.....	8
2. Pengertian Kesukaan Merek.....	10
3. Pengertian Kepuasan Konsumen	14

B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
C. Hipotesis.....	19
D. Model Penelitian.....	23
BAB III METODA PENELITIAN.....	24
A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	24
B. Jenis Data.....	24
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	24
D. Teknik Pengumpulan Data.....	24
E. Definisi Operasional Variabel.....	24
F. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	28
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian.....	34
B. Profil Responden.....	43
C. Uji Validitas dan Reabilitas.....	45
D. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	49
E. Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN,SARAN dan KETERBATASAN PENELITIAN.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	62
C. Keterbatasan Penelitian.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	44
Tabel 4.3. Uji Validitas.....	45
Tabel 4.4. Uji Reabilitas... ..	46
Tabel 4.5. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Diri.....	46
Tabel 4.6. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kesukaan Merek.....	47
Tabel 4.7. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	48
Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kesesuaian Citra Diri Terhadap Kesukaan Merek.....	49
Tabel 4.9. Hasil Koefisien Determinasi.....	51
Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kesesuaian Citra Diri Terhadap Kepuasan Konsumen.....	52
Tabel 4.11. Hasil Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.12. Hasil Perhitungan Mean Kesesuaian Citra Diri.....	54
Tabel 4.13. Hasil Uji Box.....	55
Tabel 4.14. Hasil Uji Levene's.....	55
Tabel 4.15. Hasil Uji Manova.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian.....	23
-----------------------------------	----