

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN VESPA PIAGGIO

di DKI JAKARTA

Oleh:

Nama : Siti Maha Dewi Mega A. S

NIM : 25169066

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

SEPTEMBER 2021



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN VESPA PIAGGIO

di DKI JAKARTA

Diajukan Oleh

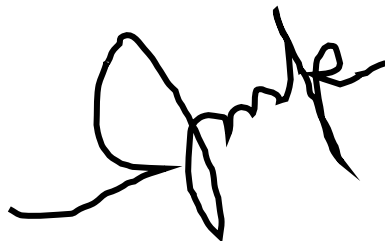
Nama : Siti Maha Dewi Mega A. S

NIM : 25169066

Jakarta, 21 September 2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2021

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Siti Maha Dewi Mega A S / 25169066 / 2021 / Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Vespa Piaggio di DKI Jakarta / Pembimbing : Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepuasan pelanggan dan Gaya Hidup terhadap loyalitas pelanggan Vespa Piaggio di DKI Jakarta. Latar belakang penelitian ini dikarenakan banyaknya pengguna Vespa Piaggio pada masyarakat urban atau milenial disamping itu pula terdapat banyak persaingan dalam industri otomotif dan keinginan masyarakat akan pemuasan kebutuhan dan kualitas yang sebanding dengan harga. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk menelitinya, bertujuan untuk mempelajari perilaku konsumen serta diharapkan dapat membantu perusahaan meningkatkan penjualan melalui segmentasi pasar yang tepat dengan meneliti melalui variable bebas dan terikat.

Penelitian ini di dasari oleh teori-teori penelitian dan diambil dari beberapa jurnal yang memiliki kesamaan variable terikat. Dan dibantu oleh penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan variabel. Penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Nurhidayati, K. Yuliantari (2018) dalam penelitiannya mengenai Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan bahwa adanya pengaruh yang kuat antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, begitu juga pada penelitian Pamungkas, Guridno (2018), dalam penelitiannya mengenai Pengaruh citra merek, kualitas produk dan Gaya hidup terhadap loyalitas menunjukkan hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Maka dari penelitian tersebut membantu penulis menyusun hipotesis penelitian ini.

Vespa Piaggio merupakan sebuah perusahaan sepeda motor italia, diproduksi oleh PT. Piaggio Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran sampel berupa questioner yang di bagikan kepada 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode Regresi Linier Berganda serta menggunakan program SPSS.

Berdasar hasil analisis dihitung Uji F lebih kecil dari alpha (0,0t5) menunjukkan tolak Ho, sehingga dapat dikatakan model sesuai dan dapat menjelaskan hubungan hubungan asimetris antara variabel terikat dan variabel bebas atau dengan kata lain model sesuai untuk menjelaskan hubungan asimetris antara variabel terikat dan variabel bebas. Berdasarkan hasil perhitungan dari ketiga Variabel, dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hiup memiliki pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan tidak dapat menentukan Loyalitas pelanggan, pelanggan bisa dikatakan puas terhadap produk tetapi tidak mempengaruhi Loyalitas. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien regresi dari gaya hidup.



ABSTRACT

Siti Maha Dewi Mega A S / 25169066 / 2021 / The Influence of Customer Purpose and Lifestyle on Customer Loyalty of Vespa Piaggio in DKI Jakarta / Supervisor : Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M.

The aims to determine the effect of customers satisfaction and lifestyle on customers loyalty of Vespa Piaggio in DKI Jakarta. The background of this research is due to the large number of Vespa Piaggio enthusiasts in urban or millennial communities. This makes researchers interested in researching it, aiming to study consumer behavior and market segmentation by researching through independent variables and dependent variable.

This research is based on research theories and from several journals that have variables taken. And assisted by previous research that has the same variables. Previous research conducted by Nurhidayati, K. Yuliantari (2018) in his research on Analysis of Effects on Customer Loyalty that there is a strong influence between customer satisfaction on customer loyalty, as well as in Pamungkas' research, Guridno (2018), in his research The influence of brand image, product quality and lifestyle on loyalty showed a positive and significant effect on loyalty. Therefore, this research helps the writer to formulate the hypothesis of this research.

Vespa Piaggio is an Italian motorcycle company, produced by PT. Piaggio Indonesia. This research was conducted by distributing the sample in the form of a questionnaire which was distributed to 100 respondents. The sampling technique is using the Multiple Linear Regression method and using the SPSS program.

Based on the results of the calculated analysis, the F test is smaller than alpha (0.0t5) indicating Ho rejects, so that it can be said that the model is appropriate and can explain the asymmetric relationship between variables and independent variables or in other words the model is suitable to explain the asymmetric relationship between variables and variables. independent variable. Based on the results of the three variables, it is certain that the style variable has the greatest influence on customer loyalty.

The results show that customers cannot determine customer loyalty, customers can be said to be satisfied with the product but it does not affect loyalty. Lifestyle has a positive effect on customer loyalty as shown by the regression coefficient of lifestyle.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Gaya Hidup terhadap Loyalitas pelanggan Vespa Piaggio di DKI Jakarta” dengan baik.

Penulisan skripsi ini ditujukan sebagai memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen pada program studi manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari semua pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak atas segala bantuan, dorongan, dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik dan lancar tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak tersebut. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Tumpal J.R. Sitingjak, Ir., M.M., selaku dosen pembimbing peneliti yang telah bersedia meluangkan waktu, Pikiran, serta saran di tengah adanya kesibukan beliau untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
2. Seluruh dosen dan staff Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, dan bantuan selama peneliti menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
3. Kedua orang tua, kaka dan keluarga besar saya yang senantiasa mendoakan dan selalu mendukung baik secara moril maupun materil





kepada peneliti sepanjang proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

4. Seluruh teman-teman sepenanggungan dan seperjuangan dalam masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini yang selalu senantiasa mendukung, membantu, dan mendoakan terselesaikan skripsi ini yang Namanya tidak bisa di sebutkan satu persatu.
5. Para responden kuisisioner, yang telah membantu peneliti dalam memperoleh data yang berguna dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai banyak keterbatasan. Namun, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Jakarta, April 2021

Peneliti

Siti Maha Dewi Mega A S

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Pengesahan	ii
Abstrak	iii
Abstract	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Lampiran.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Batasan Penelitian	6
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	7
G. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Kepuasan Pelanggan	9
2. Gaya Hidup (Psikografis)	12
3. Loyalitas Pelanggan	17
B. Penelitian Terdahulu	21

© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Kerangka Pemikiran	23
D. Hipotesis	24
METODE PENELITIAN	26
A. Obyek Penelitian	26
B. Desain Penelitian	26
C. Variabel Penelitian	28
D. Teknik pengambilan Sampel	34
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Teknik Analisis Data	36
BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Analisis Deskriptif	49
C. Hasil Penelitian	50
1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	50
2. Hasil Analisis Deskriptif	52
3. Hasil Analisis Regresi	54
D. Pembahasan	58
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Daftar Tabel

Tabel 3.1	Loyalitas Pelanggan	30
Tabel 3.2	Indikator Kepuasan Pelanggan	32
Tabel 3.3	Indikator Gaya Hidup	33
Tabel 3.4	Jawaban Skala Likert	36
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2	Persentasi Usia Responden	48
Tabel 4.3	Persentasi Jenis Pekerjaan Responden	49
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	50
Tabel 4.5	Lanjutan Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	59
Tabel 4.6	Hasil Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan	52
Tabel 4.7	Hasil Uji Asumsi Klasik	53
Tabel 4.8	Hasil Analisis Variabel Loyalitas Pelanggan.....	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Asumsi Klasik	54
Tabel 4.10	Koefisien Regresi dan Sig.	57



Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Distribution domestic data statistic.....	2
Gambar 1. 2 Vespa Sprint & Vespa Primavera	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	23

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner.....	66
Lampiran 2 Data Hasil Pra-Kuesioner dan Kuesioner	71
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data Pra-Kuesioner dan Kuesioner	83

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.