# PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN PEMBELAJARAN TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA

**(Studi Kasus di Kecamatan Kayuagung Ogan Komering Ilir)**

**SKRIPSI**


**Nama : Maya Sari**

**Nim : 212015252**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**2019**

# PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN PEMBELAJARAN TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
**(Studi Kasus di Kecamatan Kayuagung Ogan Komering Ilir)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu PersyaratanMemperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**


**Nama : Maya Sari**

**NIM : 212015252**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**


**2019**

# PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama | : Maya Sari |
| NIM | : 212015252 |
| Konsentrasi | : Pemasaran |
| Judul Usulan Penelitian | : Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Pembelajaran Terhadap Loyalitas Pembelian Sepeda Motor Honda (studi kasus Di Kecamatan Kayuagung Ogan Komering Ilir) |

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Maret 2019

METERAI TEMPEL
TGL. 20
2BEC3AFF845170360
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Maya Sari

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

| | |
|---|---|
| Judul | :**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN PEMBELAJARAN TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA (Studi Kasus di Kecamatan Kayuagung Ogan Komering Ilir)** |
| Nama | : Maya Sari |
| Nim | : 212015252 |
| Fakultas | : Ekonomi |
| Program Studi | : Manajemen |
| Konsentrasi | : Pemasaran |

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal, Januari 2019

| Pembimbing 1; | Pembimbing 2; |
|---|---|
| DR.Diah Isnaini Asiati,S.E.,M.M | Juairiah,S.E.,MSi |
| NID: 0207046301 | NIDN :0207055902 |

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen

Maftuhah Nurrahmi,Hj.S.E.,MSi

NIDN: 0216057001

## MOTTO PERSEMBAHAN

**Kerja keras, kerja cerdas, kerja ikhlas**

**Ku persembahkan untuk :**

- Tuhan, bangsa dan almamater
- Keluarga, pacar, sahabat yang selalu mensupport, memotivasi dan memberikan banyak do'a
- Keluarga besar Team Asoka Kesayangan
- Keluarga besar posko 214 Desa Tanjung Atap Kesayangan
- Teman-teman fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah Palembang
- Serta pihak-pihak yang banyak membantu di belakang layar, yang tak terketik oleh jari jemari

# PRAKARTA

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Layanan Transportasi *Online* Gojek dan Grab di Kelurahan 16 Ulu Palembang, sebagaimana waktu yang telah di jadwalkan.

Perkembangan penggunaan kendaraan transportasi roda dua semakin meningkat di era serba modern tingginya persaingan antar perusahan otomotif membuat masyarakat semakin di manjakan oleh transportasi dengan berbagai macam yang telah disediakan oleh perusahaan otomotif transportasi roda dua khususnya, yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Sepeda motor Honda merupakan kendaraan transportasi roda dua yang telah hadir dengan berbagai macam model yang telah disesuaikan yang mungkin sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Sehubungan dengan pesatnya pertumbuhan perkembangan masyarakat Indonesia akibatnya terhadap perusahaan otomotif transportasi kendaraan roda dua permintaan Nya pun semakin meningkat. Sehingga sangat menguntungkan bagi perusahaan otomotif dan masyarakat meniai transportasi merupakan bagian kebutuhan yang sangat penting untuk melakukan aktivitasnya. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian untuk mengkaji sejauh mana hubungan masyarakat terhadap penggunaan transportasi kendaraan roda dua yaitu sepeda motor Honda. Adapun penulisan laporan penelitiannya dibagi menjadi lima Bab berturut-turut, bab pendahuluan, bab kajian pustaka, bab metode penelitian, bab hasil dan pembahasan dan bab simpulan dan saran.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini karena dukungan dan bantuan dari banyak pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya khususnya kepada kedua orang tua

yang senantiasa memberikan dukungan moril maupun materil serta do'a yang tulus, dan juga memberi motivasi untuk keberhasilan agar dapat mewujudkan cita-cita. Selain itu, dengan segala kerendahan hati, tidak lupa juga penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak DR Abid Djazuli, S.E, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. Fauzi Ridwan, S.E,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj.Maftuhah Nurahmi S.E. M.Si dan ibu DR Diah Isnaini Asiati S.E.M.M selaku Ketua Program dan Sekretaris Program Studi Manajemen FEB UMP.
4. Ibu DR Diah Isnaini Asiati S.E.M.M (pembimbing skripsi I) dan Ibu Juairiah,S.E.,MSi (Pembimbing skripsi II).
5. Seluruh dosen-dosen di Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis disebutkan namanya satu persatu.

Semoga Allah memberikan balasan atas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca umumnya. Aamiin

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Palembang, Maret 2019
Penulis

Maya Sari

## DAFTAR ISI

**BAGIAN AWAL**

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ..... i
HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI ..... ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... iii
HALAMAN PRAKARTA ……iv
HALAMAN DAFTAR ISI ……vi
HALAMAN DAFTAR TABEL ..... viii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR ..... xi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN ..... xii
ABSTRAK ……...……xiii

**BAGIAN ISI**

**BAB I PENDAHULUAN**
A. Latar Belakang Masalah .....1
B. Rumusan Masalah ……..8
C. Tujuan Penelitian ……8
D. Manfaat penelitian ……..9

**BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN DAN HIPOTESIS .....10**
A. Landasan Teori ……10
B. Penelitian Sebelumnya .....24
C. Kerangka Pemikiran ……27
D. Hipotesis……...27

**BAB III. METODE PENELITIAN .....28**
A. Jenis Penelitian ……28
B. Lokasi Penelitian ……29
C. Operasionalisasi Variabel ……30
D. Populasi dan Sampel .....31
E. Data yang diperlukan .....32
F. Metode Pengumpulan data .....32
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....33

**BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....40**
A. Hasil Penelitian ……40
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....54
**BAB V. SIMPULAN DAN SARAN .....59**
A. Simpulan ……..59
B. Saran ……60

**BAGIAN AKHIR**

DAFTAR PUSTAKA……...61
LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Penjualan Motor Honda .....4
Tabel I.2 Tanggapan Konsumen terhadap sepeda motor Honda .....6
Tabel III.1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator.....30
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas ……...42
Tabel IV.2 Hasil Uji reliabilitas .....43
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....44
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....45
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....46
Tabel IV.6 Loyalitas ……...47
Tabel IV.7 Kepuasan Konsumen .....48
Tabel IV.8 Pembelajaran ……49
Tabel IV.9 Analisis Regresi Linier Berganda .....50
Tabel IV.10 Koefisien Determinasi .....51
Tabel IV.11 Hasil Uji F…….52
Tabel IV.12 Hasil Uji t……..53

## DAFTAR GAMBAR

Tabel II.1 Siklus Pembelian.....13
Tabel II.2 Empat Jenis Loyalitas.....15
Tabel II.3 Kerangka Pemikiran.....27

## DAFTAR LAMPIRAN

A. Jadwal Kegiatan Penelitian Mahasiswa
B. Surat pernyataan selesai melakukan penelitian dari lokasi penelitian
C. Daftar pernyataan, panduan wawancara dan observasi
D. Foto copy aktivitas bimbingan penulisan skripsi
E. Sertifikat TOEFEL
F. Sertifikat AIK
G. Data dan hasil pengolahan data yang relevan dengan permasalahan
H. F tabel
I. T tabel
J. Biodata penelitian
K. Jurnal

# ABSTRAK

**Maya Sari 212015252/2019/Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Pembelajaran terhadap Loyalitas Pembelian sepeda motor Honda Studi Kasus di Kecamatan Kayuagung Ogan Komering Ilir/Manajemen Pemasaran.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaru kepuasan konsumen dan pembelajaran secara bersama-sama dan parsial terhadap loyalitas pembelian sepeda motor Honda di Kecamatan Kayuagung Ogan Komering Ilir. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen dan pembelajaran secara bersama-sama dan parsial terhadap loyalitas pembelian sepeda motor Honda di Kecamatan Kayuagung Ogan Komering Ilir. Penelitian ini dikembangkan menggunakan desain desain asosiatif. Terdapat 3 variabel, yaitu loyalitas konsumen, kepuasan konsumen, dan pembelajaran konsumen yang ketiganya dikembangnkan menjadi beberapa indikator. Populasi dalam dalam penelitian ini semua konsumen yang menggunakan sepeda motor Honda yang berada di Kecamatan Kayuagung Ogan Komering Ilir, diambil sejumlah 96 sampel dengan teknik *purposive sampling.* Data yang diperlukan adalah data primer dan sekunder sebagai dasar analisis, sedangkan teknik pengumpulan datanya menggunakan kuisioner. Teknik analisis yang digunakan Regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukan :

1. Hasil pengujian membuktikan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan konsumen dan pembelajaran terhadap loyalitas pembelian sepeda motor Honda di Kecamatan Kayuagung OKI.
2. Hasil pengujian membuktikan bahwa secara parsial, kepuasan konsumen berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pembelian sepeda motor Honda di Kecamatan Kayuagung OKI.


Kata kunci: kepuasan konsumen, pembelajaran dan loyalitas

*Abstract*

*Maya Sari / 212015252 / 2019 / The Influence of Consumer Satisfaction and Learning on Loyalty in Purchasing Honda Motorcycles Case Study in Kayuagung Kecamatan Ogan Komering Ilir / Marketing Management.*

*The formulation of the problem in this study was whether or not there was an influence of Consumer Satisfaction and Learning simultaneously and partially on loyalty in purchasing Honda motorcycles Case Study in Kayuagung Kecamatan Ogan Komering Ilir. The objective of this study was to find out the influence of Consumer Satisfaction and Learning simultaneously and partially on loyalty in purchasing Honda motorcycles Case Study in Kayuagung Kecamatan Ogan Komering Ilir. This study was developed by using associative design. There were 3 variables, namely consumer loyalty, customer satisfaction, and consumer learning,all of which were developed into several indicators. The population in this study was all consumers who use Honda motorbikes located in Kayuagung Kecamatan Ogan Komering Ilir. There were 96 samples taken with purposive sampling technique. The needed data was primarydata and secondary data as the basis of analysis, while the data collection technique was questionnaires. The analysis technique used in this study was multiple linear regression. The result of this study showed: 1. The test results proved that simultaneously there was a positive and significant influence of ustomer satisfaction and learning on the loyalty of purchasing Honda motorcycles in the Kecamatn Kayuagung OKI. 2. The test results proved that partially, customer satisfaction did not give any significant influencet on the loyalty of purchasing Honda motorcycles in kecamatn Kayuagung OKI.*

*Keywords: customer satisfaction, learning and loyalty.*

PENGESAHAN
NO. 67 /Abstract/LB/UMP/ II / 2019
Telah di Koreksi oleh
Lembaga Bahasa
Universitas Muhammadiyah Palembang

# BAB 1

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran diperlukan oleh semua organisasi,baik organisasi besar, sedang maupun kecil. Pemasaran menjadi penentu arah seluruh kegiatan organisasi secara keseluruhan yang menyangkut tentang ke efektifan cara yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk dapat mendeteksi kelemahan-kelemahan produk. Oleh karena itu penting bagi setiap perusahaan untuk mencermati kegiatan pemasarannya guna menjamin kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang.

Banyak kajian dalam pemasaran, salah satu diantaranya adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen sebagai bagian dari kegiatan manusia yang selalu berubah sesuai dengan pengaruh lingkungan dan sosial dimana dia berada. Namun perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian. Pada saat iu konsumen melakukan aktifitas-aktifitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian tentang produk. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Loyalitas adalah bagian dari kajian perilaku konsumen yang melakukan pembelian produk secara berkala terhadap merek tertentu, perilaku pembelian ulang menyangkut pembelian merek yang sama secara berulang kali. Pembelian ulang merupakan wujud kesetiaan konsumen terhadap perusahaan dan produknya sehingga pelanggan membeli kembali merek yang sama.

Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh banyak faktor, misalnya kepuasan pelanggan, kepercayaan, pengalaman, emosi, dan lain-lain. Saat ini loyalitas menjadi perhatian pemasar karena pada dasarnya memang tugas pemasar adalah menciptakan pelanggan pelanggan yang puas.

Griffin (2003:11-12) mengemukakan bahwa dengan memiliki konsumen yang loyal barati perusahaan akan memperoleh keuntungan, keuntungan tersebut antara lain:

a. Mengurangi biaya transaksi seperti biaya negosiasi, kontrak dan pemrosesan pemesanan.
b. Mengurangi biaya turn over konsumen, karena jumlah konsumen yang meninggalkan perusahaan jumlahnya relatif sedikit.
c. Meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar Perusahaan, dimana konsumen yang loyal akan mencoba dan menggunakan produk lain yang ditawarkan perusahaan sehingga memperbesar pangsa pasar perusahaan.
d. *Word of the mouth* yang lebih positif dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka merasa puas.
e. Mengurangi biaya kegagalan, dalam arti biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan konsumen baru tidak menghasilkan apa-apa.

Itulah sebabnya banyak pemasar melakukan berbagai cara agar dapat memiliki pelanggan-pelanggan yang loyal. Berbagai cara dilakukan agar para pelanggan tersebut bersedia bertahan karena mendapatkan banyak keuntungan

yang diberikan perusahaan. Perusahaan juga selalu melakukan perbaikan secara terus menerus, berusaha mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah dasar penentu loyalitas. Konsumen-konsumen yang puas adalah cikal bakal pelanggan-pelanggan yang loyal.

Selain kepuasan, pengalaman juga menentukan loyalitas. Bagi konsumen, merasakan pengalaman panjang yang menyenangkan dari pemasar adalah ingatan tersendiri yang akan membuatnya terus mengingat perusahaan sekaligus ragam produk yang ditawarkannya. Pengalaman yang baik ibarat kebaikan yang tidak boleh disia-siakan. Berdasarakan pengalaman yang baik tersebut, akan timbul keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang guna merasakan kembali pengalamannya yang menyenangkan. Dengan demikian pengalaman panjang yang dirasakan langsung dan tanpa disadari oleh konsumen ini merupakan proses pembelajaran untuk membangun loyalitas terhadap sepeda motor Honda.

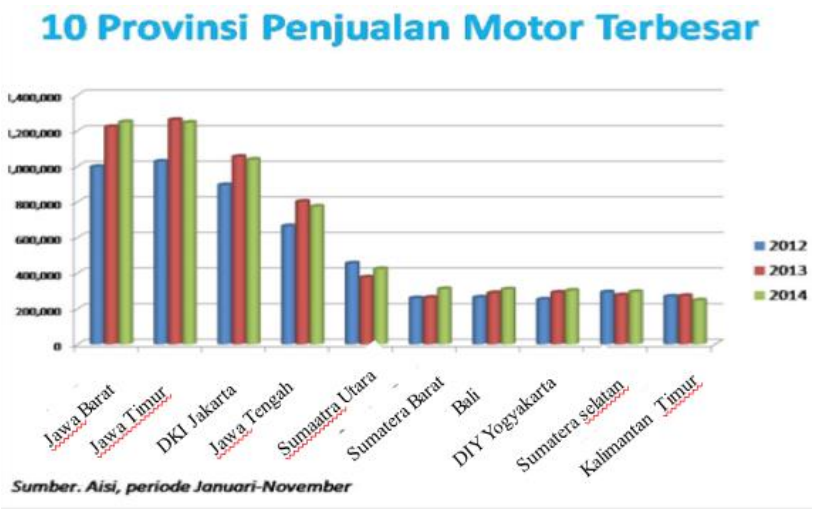
Industri otomotif termasuk salah satu industri yang berkembang di Indonesia. Salah satu otomotif yang dimaksud adalah sepeda motor Honda. Sepeda motor merupakan alat transportasi yang banyak diminati di negara-negara yang sedang berkembang termasuk di Indonesia.

Di Indonesia saat ini ada sekitar lima perusahaan sepeda motor yang masih aktif tergabung dalam Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) dan beberapa perusahaan di luar AISI. Beberapa diantaranya adalah PT Astra Honda Motor, PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing, PT Suzuki Indonesia Motor, PT Kawasaki Motor Indonesia, PT TVS Motor Company, PT

Minerva Motor Indonesia, PT Danmotor Indonesia, PT Kymco Lippo Motor Indonesia (https://cci-indonesia.com/produsen-sepeda-motor/). Diantara salah satu perusahaan di atas, PT Astra Honda Motor adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur, perakitan dan distributor sepeda motor merek Honda. Perusahaan ini merupakan satu-satunya di Indonesia yang memiliki hak sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) sepeda motor Honda. Berikut ditampilkan data penjualan sepeda motor Honda terbanyak di 10 provinsi di Indonesia:

Tabel I.1

Sepuluh Provinsi Penjualan Motor Honda Terbesar




Sumber : : https://www.google.com/search?q=data+penjualan+sepeda+motor+honda&safe=strict&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=2ahUKHondaEwj0k8mvg5TeAhVMu48KHSYxDwsQsAR6BAgGEAE&biw=1366&bih=657

Berdasarkan data di atas tampak Sumatera Selatan termasuk salah satu provinsi dengan penjualan sepeda motor Honda yang tinggi. Tingginya data penjaulan menggambarkan banyaknya konsumen yang melakukan pembelian.

Kecamatan Kayuagung termasuk salah satu kecamatan di Kabupaten Ogan Komering Ilir dimana masyarakatnya juga banyak yang menggunakan sepeda motor Honda. Hal ini diketahui bahwa sepeda motor Honda ini bagi masyarakat kayuagung tidaklah aneh untuk didengar karena memang pada kenyataannya dealer sepeda motor Honda sangat banyak terbukti dengan 5 dealer Honda yang terletak di jantung kota Kayuagung. Honda adalah sarana kendaraan yang banyak digunakan oleh masyarakat kayuagung dari kendaraan roda dua (sepeda motor) dengan berbagai macam tipe Honda yang tersedia dibanding dengan sepeda motor merek lainnya. Sehingga Honda sangat populer di telinga masyarakat Kayu agung. Popularitas tersebut menjadi dasar loyalitas konsumen. Loyalitas dipengaruhi oleh kepuasan, dan kepuasan ditentukan oleh kualitas produk.

Riset awal yang dilakukan terhadap 30 konsumen yang berada di wilayah Kecamatan Kayuagung Ogan Komering Ilir memberikan respon yang cukup baik. Diantara masyarakat tersebut tenyata hampir 77,5% menggunakan sepeda motor Honda. Ketika ditanyakan alasannya maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Table I.2

Tanggapan Konsumen Terhadap Kendaraan Sepeda Motor Merek Honda

| No. | Indikator | Jumlah |
|---|---|---|
| **1** | **Irit Bahan Bakar** | **6** |
| **2** | **Kenyamanan** | **5** |
| **3** | **Harga yang tetap andal** | **4** |
| **4** | **Tampilan trendy** | **4** |
| **5** | **Mudah di dapat** | **6** |
| **6** | **Promosi sangat menarik** | **5** |
| | **Jumlah** | **30** |

Sumber: Wawancara pra riset, 2018

Berdasarkan tabel di atas, dihubungkan dengan kepuasan konsumen maka unsur yang menentukan kepuasan adalah sebagi berikut :

a. Irit bahan bakar, kenyamanan, dan mudah didapat dalam teori kepuasan merupakan indikator kinerja. Sepeda motor Honda dikenal dengan irit bahan bakar yang menjadi pelopor tipe kendaraan yang ekonomis sehingga menjadikan nya kendaraan yang ramah terhadap lingkungan. Selain itu kendaraan sepeda Honda ini menjadi pilihan masyarakat karena kenyamanan saat menggunakannya. Sepeda motor Honda juga mudah didapat karena dealer Honda banyak ditemukan di berbagai Kota/Kabupaten. Dealer atau Showroom sepeda motor Honda banyak

sekali dengan berbagai model dan type-type terbaru sehingga masyarakat sangat mudah untuk mendapatkan nya .

b. Harga dalam teori kepuasan merupakan indikator kualitas yang di persepsikan. Banyak masyarakat menghubungkan harga dengan kualitas, makin tinggi harga umumnya makin bagus kualitas produknya. Harga sepeda motor Honda juga banyak menjadi pertimbangan masyarakat untuk membeli Honda dikarena kan harga jual kembali sepeda motor Honda dipercayai masyarakat tetap tinggi sehingga membuat merek sepeda motor Honda ini menjadi semakin unggul.

c. Tampilan, kemudahan dan mudah di dapat dalam teori kepuasan termasuk dalam indikator ciri-ciri atau keistimewaan tambahan. Tidak ada satu produk yang hanya mengunggulkan satu atribut, sepeda motor Honda selain irit bahan bakar juga di kenal memiliki beberapa atribut lain. Dimana Honda selalu mengusung tampilan yang disesuaikan dengan perkembangan tren terkini. Penyegaran ini disuguhkan untuk para remaja yang senang mengekspresikan dirinya melalui berbagai kegiatan atraktif.

Selain unsur-unsur di atas, berdasarkan wawancara peneliti, banyak orang melakukan pembelian berdasarkan kepuasan konsumen dan pembelajaran, baik kepuasan secara fisik maupun non fisik dan pembelajaran secara pribadi maupun pengalaman orang-orang disekililingnya. Konsumen berpendapat bahwa pengalaman menggunakan Honda memuaskan, hal ini karena konsumen menilai penggunaan sepeda motor ini sangat membantu mereka melakukan aktivitas sehari-hari, memudahkan kegiatan sehari-hari untuk berjalan dari satu

tempat ke tempat yang lain. Penggunaan Honda tidak banyak menimbulkan masalah dan awet. Pengalaman menggunakan Honda ini selanjutnya menjadi masukan dalam proses pembelajaran konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang **Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Pembelajaran Terhadap Loyalitas Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada masyarakat Kayuagung Ogan Komering Ilir**

## A. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh kepuasan konsumen dan pembelajaran secara bersama-sama terhadap Loyalitas pembelian sepeda motor Honda di Kecamatan Kayuagung Ogan Komering Ilir?
2. Adakah pengaruh kepuasan konsumen dan pembelajaran secara parsial terhadap Loyalitas Pembelian sepeda motor merek Honda di Kecamatan Kayuagung Ogan Komering Ilir?

## B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen dan pembelajaran secara bersam-sama terhadap loyalitas Pembelian sepeda motor merek Honda di Kecamatan Kayuagung Ogan Komering Ilir.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen dan pembelajarn secara parsial terhadap loyalitas Pembelian sepeda motor merek Honda di Kecamatan Kayuagung Ogan Komering Ilir

## C. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak di antaranya:

1. Bagi Peneliti

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengkaji teori yang di dapat dari proses perkuliahan khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamrater

Untuk menjadikan salah satu referensi bagi peneliti lebih lanjut yang melakukan kajian sejenis.

## Daftar Pustaka

Danang Sunyoto. 2014 *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Jakarta: Penerbit Buku Seru.

Febsri Susanti. 2013 Pengaruh Brand Image Sepeda Motor Honda Terhadap Minat Beli Konsumen Di Libra Motor BatuSangkar. *Jurnal KBP*, 1-3 h 2-5.

Gaffar, 2007 *Customer Realtionship Management and Marketing Public Relation*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Griffin Jill. 2003 *Customer Loyalty How to Earn it, How to keep it* . Alih Bahasa
oleh Dwi Kartini Yahya . Singapore : Penerbit Erlangga.

M.Iqbal Hasan. 2012 *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif).* Edisi Kedua. Jakarta:Penerbit Bumi Aksara.

Mohammad Fahmi. 2013 Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Pelangga Sepeda Motor Honda Terhadap Citra Perusahaan PT. Astra Honda Motor Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 2-12 h 2-5.

Mursid, 2014 *Managemen Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Bumi Aksara.

Oliver diea, Richard L 2015 Statisfaction a Behavior Perspective on The Customer. Mc Graw Hill, New York.

Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Edisi Kedua. Yogyakarta:PenerbitAndi.

Sugiyono. 2009, 2010, 2013 & 2017 *Metode Penelitian Administrasi*. *Metode Penelitian Bisnis, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuamtitatif, Kualitatif, dan R&D).* Bandung:Penerbit Alfabeta.

Sangadji, Etta Mamang, Sopiah 2013 Perilaku Konsumen.Yogyakarta:Penerbit Andi

Tjiptono, F. 2008 Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga. Yogyakarta:PenerbitAndi

2018. Produsen Sepeda Motor (online) (https://cci indonesia.com/produsen-sepeda-motor/, diakses 19 Oktober 2018