



MILIK PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS PADJADJARAN YOGYAKARTA

|               |                           |
|---------------|---------------------------|
| Diterima      | 11 JIII 2007              |
| Inventarisasi | : 431 / MM / Hd. 7 / 2007 |
| Klasifikasi   | : R4 650 ROS 07           |
| Subyek        | : BUSINESS                |

TESIS

**PENGARUH FAKTOR RASIONAL DAN FAKTOR  
EMOSIONAL TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
PADA PASAR SEPEDA MOTOR CUBS**



**PATRICK ROSADE MORE CHRISTORIO**  
No. Mhs.: 05.1039/PS/MM

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2007**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

---

PENGESAHAN TESIS

Nama : PATRICK ROSADE MORE CHRISTORIO  
Nomor Mahasiswa : 05.1039/PS/MM  
Konsentrasi : Bisnis Internasional  
Judul Tesis : Pengaruh Faktor Rasional dan Faktor Emosional Terhadap  
Loyalitas Konsumen pada Pasar Sepeda Motor Cubs



**Nama Pembimbing**

Dr. E.F. Slamet S. Sarwono, MBA.

**Tanggal**

21 Januari 2007

**Tanda tangan**

.....


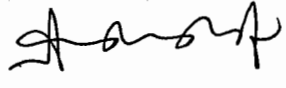



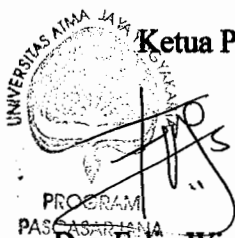
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

---

PENGESAHAN TESIS

Nama : PATRICK ROSADE MORE CHRISTORIO  
Nomor Mahasiswa : 05.1039/PS/MM  
Konsentrasi : Bisnis Internasional  
Judul Tesis : Pengaruh Faktor Rasional dan Faktor Emosional Terhadap  
Loyalitas Konsumen pada Pasar Sepeda Motor Cubs

| Nama Penguji                          | Tanggal         | Tanda tangan   |
|---------------------------------------|-----------------|--|
| Dr. E.F. Slamet S. Sarwono, MBA.      | 5 Februari 2007 |  |
| Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si. | 5 Februari 2007 |  |
| W. Mahestu Noviandra, SE., M.Sc.IB.   | 5 Februari 2007 |  |

  
Ketua Program Studi  
Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA.

## PERNYATAAN

Tesis yang berjudul “Pengaruh Faktor Rasional dan Faktor Emosional Terhadap Loyalitas Konsumen pada Pasar Sepeda Motor Cubs” ini merupakan hasil karya pribadi penulis dan bukan penjiplakan ataupun duplikasi dari karya tulis penulis lain yang telah ada sebelumnya. Tulisan, tabel, dan gambar yang ada dalam tesis ini merupakan karya asli penulis, kecuali tulisan, tabel, dan gambar yang digunakan sebagai acuan. Jika pada masa mendatang terbukti bahwa tesis ini merupakan penjiplakan atau duplikasi dari karya tulis lain, maka pihak universitas berhak memberlakukan sanksi apapun yang berkenaan dengan tesis ini terhadap penulis sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Ttd.



Patrick Rosade More Christorio

Seorang ksatria cahaya sudah merasakan ketakutan terjun ke dalam pertempuran. Bila ia harus menunggu saat yang tepat, ia tidak akan pernah berangkat, ia memerlukan sentuhan-sentuhan kegilaan untuk mengambil langkah selanjutnya.

Setiap ksatria cahaya pernah, pada suatu waktu di masa lalu, berbohong atau mengkhianati seseorang.

Setiap ksatria cahaya mengambil jalan yang tidak diperuntukkan baginya.

Setiap ksatria cahaya pernah menderita karena alasan-alasan yang sangat biasa.

Setiap ksatria cahaya pernah, setidaknya sekali, merasa bahwa ia bukan seorang ksatria.

Setiap ksatria cahaya pernah telah gagal dalam kewajiban-kewajiban spiritualnya.

Setiap ksatria cahaya pernah berkata 'ya' ketika ia ingin berkata 'tidak'.

Setiap ksatria cahaya pernah melukai orang yang dicintainya.

Itulah mengapa ia menjadi ksatria cahaya, karena ia telah melewati semua itu dan tidak pernah kehilangan harapan untuk menjadi lebih baik daripada dirinya sekarang.

✧The Warrior of The Light- A Manual✧  
- Paulo Coelho -

*Tesis ini kupersembahkan kepada:*

**Bapakku, Ibuku, Kakakku, Mbah Kakung & Mbah Putri Rono & Soenarko, Tante & adik-adikku, Yayangku, keluarga besar Rono & Soenarko**



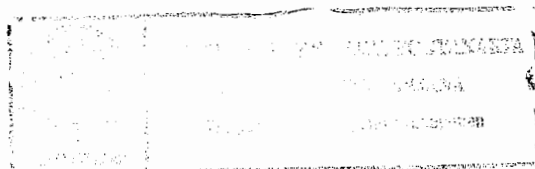
## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor rasional (faktor ekonomis) dan faktor-faktor emosional (faktor non-ekonomis) dalam suatu merek terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Jumlah kuesioner yang digunakan untuk analisis data sebanyak 184 kuesioner. Pengujian data menggunakan analisis uji regresi berganda. Perangkat lunak yang digunakan untuk seluruh analisis adalah SPSS 10.0 for Windows.

Hasil yang diperoleh dari analisis data menyebutkan bahwa faktor-faktor rasional dan faktor-faktor emosional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pengaruh faktor-faktor emosional terhadap loyalitas konsumen lebih besar dibandingkan pengaruh faktor-faktor rasional. Hal tersebut dibuktikan oleh *standardized regression coefficient* faktor-faktor emosional yang lebih besar daripada *standardized regression coefficient* faktor-faktor rasional.

**Kata-kata kunci:** faktor rasional, faktor emosional, loyalitas konsumen



## **ABSTRACT**

The objective of this research is analyzing the effect of rational factors (economic factors) and emotional factors (non-economic factors) of a brand to the customer loyalty.

The research instrument used in this research is questionnaire. This study found 184 questionnaires back. Multiple regression model is used to analyze the data. In order to analyze the data, this study use SPSS 10.0 for Windows statistical software.

The result found that there were significant effects from rational factors and emotional factors to customer loyalty. Emotional factors have greater effect to the loyalty than the rational ones, evidenced by the standardized regression coefficient of emotional factors that greater than standardized regression coefficient of rational factors.

**Keywords:** rational factors, emotional factors, customer loyalty



## KATA HANTAR

Tesis yang berjudul “Pengaruh Faktor Rasional dan Faktor Emosional Terhadap Loyalitas Konsumen pada Pasar Sepeda Motor Cubs” ini merupakan syarat kelulusan untuk meraih gelar Magister Manajemen.

Ucapan terima kasih pertama-tama ditujukan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memperkenankan penulis menyelesaikan tesis ini dengan lancar. Banyak pihak yang telah turut serta terlibat dan memberikan bantuan dalam penulisan tesis ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. E.F. Slamet S. Sarwono, MBA., selaku Dosen Pembimbing, atas bimbingan, masukan, dan diskusi-diskusi yang diberikan kepada penulis,
2. Sumardy (Octobrand), atas diskusi-diskusi, masukan, dan saran yang berkenaan dengan faktor rasional dan faktor emosional dalam suatu merek,
3. Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA., yang telah membantu kelancaran tesis ini,
4. Dr. MF. Shellyana J., M.Si., atas bantuan-bantuan dalam penulisan terutama yang menyangkut dasar-dasar analisis data,
5. W. Mahestu Noviandra, SE., M.Sc.IB., atas bantuan yang menyangkut analisis menggunakan analisis faktor,
6. Dr. Hamin, atas bantuan jurnal tentang loyalitas,

7. Bapak, Ibu, Pak Krit, Maria, Tante, Paksi, Ayya, Dinta, keluarga besar Rono Wongso dan Soenarko, dan Novi serta Yenny, atas dukungan yang luar biasa dan doa selama ini,
8. Ratu Fortunata Anna Rahmi Puspahadi, atas bantuan buku pendukung penulisan,
9. Inge, Menur, Kenny, Lia, Wawan, Hari, Prana, Iput, Rahmi, Gading dan Mbah Irah, yang telah memberikan bantuan yang sangat besar dengan menyebarkan kuesioner kepada responden,
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk sekedar mengisi kuesioner,
11. Petugas perpustakaan pascasarjana dan fakultas ekonomi, yang setia melayani peminjaman buku-buku yang berguna bagi tesis ini,
12. Tree House Net, atas tempat yang nyaman dalam mencari data,
13. Teman-teman di Magister Manajemen (Alphone, Arifin, Dina, Frisca, Grace, Guntur, Inge, Kenny, Khrisna, Mbak Dwi, Mbak Etik, Mbak Ndari, Meli, Mely, Menur, Okky, Slash, Sony, Widya, Wiwid, Yordan, Yulianto), yang telah membuat hidup di MM lebih berwarna,
14. Keluarga besar TK YKIA Pontianak, TK Kanisius Kadirojo Kalasan, SDN Cangkringan 1 Cangkringan, SDN Percobaan 3 Pakem, SMP Kanisius Pakem, SMU Pangudi Luhur Van Lith Muntilan, Program Studi Teknik Sipil Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan Program Pascasarjana (Magister Manajemen) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan untuk belajar.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang tidak disebutkan karena begitu banyaknya pihak yang terlibat tanpa dapat disebutkan satu-persatu. Tentulah tesis ini jauh dari sempurna, oleh sebab itu masukan-masukan dan pertanyaan-pertanyaan yang membangun akan sangat berguna bagi penelitian pada masa mendatang. Apabila ada pihak yang menghendaki untuk berdiskusi, memberikan saran, kritik, masukan ataupun pertanyaan dapat menghubungi penulis melalui email: *patrickrosade@yahoo.com*. Atas perhatian dan pengertiannya penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, Februari 2007

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |           |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL.....  | i         |
| HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....                                  | ii        |
| HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....                                       | iii       |
| HALAMAN PERNYATAAN.....   | iv        |
| INTISARI.....   | v         |
| ABSTRACT.....   | vi        |
| KATA HANTAR.....  | vii       |
| DAFTAR ISI.....   | x         |
| DAFTAR TABEL.....   | xii       |
| DAFTAR GAMBAR.....  | xiii      |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xiv       |
| <br>  |           |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>   | <b>1</b>  |
| 1.1. Latar Belakang.....  | 1         |
| 1.2. Perumusan Masalah.....   | 3         |
| 1.3. Batasan Masalah.....   | 4         |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....  | 4         |
| 1.5. Tujuan Penelitian.....   | 5         |
| 1.6. Sistematika Penulisan.....   | 5         |
| <br>  |           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                       | <b>7</b>  |
| 2.1. Persaingan Dalam Industri Sepeda Motor.....                          | 7         |
| 2.2. Faktor Rasional dan Faktor Emosional.....                            | 8         |
| 2.3. Kaitan Faktor Rasional dan Faktor Emosional Dengan<br>Loyalitas..... | 11        |
| 2.4. Model Penelitian.....  | 14        |
| <br>  |           |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                                 | <b>15</b> |
| 3.1. Desain Penelitian.....   | 15        |
| 3.1.1. Tujuan penelitian.....   | 15        |
| 3.1.2. Setting penelitian.....  | 15        |
| 3.1.3. Tipe hubungan antar variabel.....                                  | 15        |
| 3.1.4. Unit analisis.....   | 15        |
| 3.1.5. Horizon waktu.....   | 15        |
| 3.2. Jenis dan Sumber Data.....   | 15        |
| 3.3. Populasi dan Sampel.....   | 16        |
| 3.4. Variabel-variabel yang Digunakan Dalam Analisis Data.....            | 16        |
| 3.5. Teknik Analisis dan <i>Software</i> yang Digunakan.....              | 17        |
| 3.6. Kesulitan Dalam Penelitian.....                                      | 19        |
| <br>  |           |
| <b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>                           | <b>20</b> |
| 4.1. Deskripsi Responden.....   | 20        |
| 4.2. Uji Instrumen.....   | 21        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.2.1. Validitas dan reliabilitas kuesioner .....   | 21        |
| 4.2.2. Analisis faktor .....  | 23        |
| 4.3. Uji Asumsi Klasik .....  | 27        |
| 4.4. Pengaruh Faktor-faktor Rasional Dan Emosional Terhadap<br>Loyalitas .....                    | 29        |
| 4.4.1. Pembahasan hasil uji hipotesis .....   | 31        |
| 4.4.2. Pengaruh faktor emosional terhadap loyalitas lebih besar<br>daripada faktor rasional ..... | 32        |
| 4.4.3. Perbandingan dengan teori dan penelitian terdahulu .....                                   | 36        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>   | <b>38</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....   | 38        |
| 5.2. Saran .....  | 40        |

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| Tabel 4.1 | Jumlah Responden Berdasarkan Merek Sepeda Motor yang Dimiliki .....  | 20 |
| Tabel 4.2 | <i>Gender</i> Responden .....  | 20 |
| Tabel 4.3 | Usia Responden.....  | 21 |
| Tabel 4.4 | Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....  | 22 |
| Tabel 4.5 | Hasil Analisis Faktor Variabel Independen.....   | 24 |
| Tabel 4.6 | Hasil Analisis Faktor Variabel Dependen .....  | 27 |
| Tabel 4.7 | Asumsi Klasik.....   | 28 |
| Tabel 4.8 | <i>Unstandardized dan Standardized Regression Coefficient</i> Untuk Pengaruh Faktor Rasional dan Emosional Faktor Terhadap Loyalitas ..... | 30 |

## DAFTAR GAMBAR

|           |                       |    |
|-----------|-----------------------|----|
| Tabel 2.1 | Model Penelitian..... | 14 |
|-----------|-----------------------|----|



## DAFTAR LAMPIRAN

|            |                                       |    |
|------------|---------------------------------------|----|
| Lampiran 1 | Kuesioner.....                        | 44 |
| Lampiran 2 | Data Responden.....                   | 47 |
| Lampiran 3 | Data Kuesioner Faktor Rasional.....   | 52 |
| Lampiran 4 | Data Kuesioner Faktor Emosional ..... | 59 |
| Lampiran 5 | Data Kuesioner Loyalitas .....        | 67 |
| Lampiran 6 | Tabel r Satu Sisi .....               | 72 |
| Lampiran 7 | Uji Validitas Reliabilitas .....      | 75 |
| Lampiran 8 | Analisis Faktor .....                 | 80 |
| Lampiran 9 | Uji Regresi Berganda .....            | 89 |