

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, PERSEPSI PELANGGAN  
DAN MOTIVASI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MIE YAMIN BAKSO G 57**

**Studi Kasus Pelanggan di Kelurahan Karadenan Perumahan Taman  
Cibinong Asri (Dengan Metode SEM)**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS – TUGAS DAN MEMENUHI  
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
MANAJEMEN**

**OLEH :**

**DIVA VIDYAR NADYASA**

**NPM S1- 0215.112**



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA  
BOGOR**

**2019**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

JUDUL :PENGARUH FAKTOR BUDAYA, PERSEPSI  
PELANGGAN DAN MOTIVASI PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIE YAMIN  
BAKSO G57 Studi Kasus Pelanggan di Kelurahan  
Karadenan Perumahan Taman Cibinong Asri (Metode  
SEM)

OLEH : **DIVA VIDYAR NADYASA**

NPM : **S1- 0215.112**

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

**(PRIYO WISMANTORO, Drs.,MM) (DIMAS A. DARMANTYO, S,Pi., M.Sc)**

PENGUJI I

PENGUJI II

**(PRIYO WISMANTORO, Drs., MM) (YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., MM)**

BOGOR, OKTOBER 2019

KETUA STIE BINANIAGA

**(Dr. ISMULYANA DJAN, SE., MM)**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

Percayalah tidak ada perjuangan yang sia – sia selagi kita mau berdoa dan berusaha dengan sungguh – sungguh.

Kunci hidup

“ Berfikir Baik, Ucapan Baik, Berbuat Baik dan Sabar ”

Kupersembahkan skripsi ini untuk Ibu tercinta yang selalu mendoakan dan Almarhum Bapak tercinta, yang sudah berjuang untuk membahagiakan anakmu, hanya doa yang bisa ku berikan semoga engkau tenang disana.

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, PERSEPSI PELANGGAN DAN  
MOTIVASI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIE  
YAMIN BAKSO G 57  
STUDI KASUS PELANGGAN DI KELURAHAN KARADENAN  
PERUMAHAN  
TAMAN CIBINONG ASRI (DENGAN METODE SEM)**

**DIVA VIDYAR NADYASA**

**Priyo Wismantoro, Drs., Mm,**

**Dimas Adi Darmantyo, S, Pi., M.Sc**

Vidyardiva@gmail.com

---

**ABSTRAK**

**Abstrak :** Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, persepsi pelanggan dan motivasi pelanggan terhadap loyalitas pelanggan mie yamin bakso G57 di Kelurahan Karadenan Perumahan Taman Cibinong Asri. Ukuran sampel yaitu 200 responden dengan menggunakan metode IBM AMOS 23 bahwa mengindikasikan faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan persepsi pelanggan dan motivasi pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

**Keywords :** **Faktor Budaya, Persepsi Pelanggan, Motivasi Pelanggan, Loyalitas Pelanggan**

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum Wr. Wb

Allhamdulillah Hirobbil Allamin segala puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayahnya selalu dapat tercurah kepada kita semua. Atas izin serta petunjukNya sehingga saya dapat menyelesaikan Proposal ini dengan lancar. Proposal yang berjudul Pengaruh Faktor Budaya, Persepsi Pelanggan dan Motivasi Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Yamin G 57 (Studi Kasus Pelanggan di Kelurahan Karadenan Perumahan Taman Cibinong Asri. Sholawat serta salam tetap tercurahkan pada kehadiran Nabi Muhammad SAW hingga akhir hayat.

Penyusunan proposal ini tentunya masih banyak terdapat kesalahan dalam penulisan atau penyampaian. Maka dari itu penulis membutuhkan saran atau kritikan yang sifatnya membangun untuk penyajian tulisan dimasa mendatang supaya lebih baik.

Proposal ini tentunya tidak akan selesai tanpa bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga

dan pikiran sehingga dapat terselesainya proposal ini. Maka berkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan SE.,MM selaku Ketua STIE Binaniaga
2. Bapak Dr.Yuli Anwar, SE.,M.Ak., selaku dewan penguji I Sidang Proposal.
3. Bapak Dedy Mulyadi S.Si.,M. Kom., selaku dewan penguji II Sidang Proposal.
4. Bapak Priyo Wismantoro, Drs.,MM., selaku dewan pembimbing I dan Penguji 1 Sidang Skripsi.
5. Ibu Yustiana Wardhani, S. Hut.,MM., selaku dewan penguji II Sidang Skripsi.
6. Bapak Dimas A.Darmantyo, S.Pi.,M.Sc., selaku dosen pembimbing II.
7. Bapak Sumardjono,SE., yang selalu memberikan motivasi ke penulis selama kuliah di STIE Binaniaga.
8. Seluruh dosen STIE Binaniaga yang telah memberikan materi, arahan dan bimbingannya selama masa kuliah.
9. Ibu yang sudah berjuang dan memberikan doa, semangat, dukungan secara moril serta materil untuk terus berjuang.
10. Ms Ikhun dan Mb Ika selaku pemilik Warung Mie Yamin Bakso G 57 dan telah memberikan dukungan moril serta materil kepada penulis.
11. Teman seangkatan (Sari, Rubbi, Devi, Hilda, Ayu, Sela, Asti, Fitri, Meysi, Yandi, Abdul, Arif dan Aryo) yang selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis selama kulliah.

12. Rekan Ka Lia, Ka Isma, Ka Diana Dan Terimakasih kepada semua orang yang sudah baik kepada penulis.

Akhir kata, semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak yang berkepentingan

Bogor, Oktober 2019

Peneliti

## DAFTAR ISI

<i>COVER</i> .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
MOTTO DAN PERSEMAHAN.....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Batasan Masalah .....	13
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian .....	13

F. Manfaat Penelitian .....	14
G. Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
A. Loyalitas Pelanggan .....	16
B. Faktor Budaya.....	22
C. Persepsi Pelanggan.....	34
D. Motivasi Pelanggan.....	40
E. Penelitian Terdahulu .....	49
F. Kerangka Pemikiran.....	52
G. Hipotesis Penelitian .....	53
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
A. Metode Penelitian .....	54
B. Variabel penelitian .....	55
C. Populasi dan Sampel .....	56
D. Teknik Pengumpulan Data.....	58
E. Operasional Variabel .....	59
F. Metode Pengambilan Data.....	63
G. Metode Analisis Data.....	63
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>75</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	75
B. Data Responden .....	76
C. Deskripsi Data.....	81
D. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.	86



E. Analisis <i>Inferensial</i> Statistik Analisis SEM.....	99
F. Evaluasi Model Struktural .....	124
G. Pengujian Hipotesis .....	132
H. Pembahasan .....	133
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	137
A. Kesimpulan .....	137
B. Saran .....	138
DAFTAR PUSTAKA .....	141
LAMPIRAN.....	144

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	49
Tabel 2 Definisi Operasioal Variabel.....	61
Tabel 3 <i>Goodness off fit</i> .....	72
Tabel 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Tabel 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	78
Tabel 6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan .....	79
Tabel 7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	80
Tabel 8 Deskripsi Data Faktor Budaya .....	82
Tabel 9 Deskripsi Data Persepsi Pelanggan.....	83
Tabel 10 Deskripsi Data Motivasi Pelanggan .....	84
Tabel 11 Deskripsi Data Loyalitas Pelanggan .....	85
Tabel 12 Konsumen Percaya Mie Yamin Bakso G57 Sudah Cukup Mengeyangkan .....	86
Tabel 13 Konsumen Tidak Percaya Mie Yamin Bakso G57 Ada Unsur Haram Dari Minyak Babi .....	87
Tabel 14 Kebiasaan Konsumen Mengkonsumsi Mie Yamin Bakso G57.....	87

Tabel 15 Konsumen Tetap Mengonsumsi Mie Yamin Walaupun	
Mengandung Pengawet .....	88
Tabel 16 Menurut Konsumen Tampilan Mie Yamin Bakso G57 Membawa	
Unsur Kejawaan .....	89
Tabel 17 Menurut Konsumen Lokasi Mie Yamin Bakso G57 Strategis,	
Produk Berkualitas & Harga Terjangkau .....	90
Tabel 18 Aroma Sajian Mie Yamin Bakso G57 Sangat Unik & Khas .....	90
Tabel 19 Cita Rasa & Kandungan Gizi Mie Yamin Bakso G57 Sangat	
Komplit.....	91
Tabel 20 Tekstur Mie Yamin Bakso G57 Yang Kenyal Beda Dengan	
Pesaing.....	92
Tabel 21 Desain Spanduk Mie Yamin Bakso G57 Sangat Mempengaruhi	
Perilaku Pembelian.....	92
Tabel 22 Pelayanan Di Mie Yamin Bakso G57 sangat Memuaskan .....	93
Tabel 23 Ketika Lapar Konsumen Memilih Alternatif Membeli	
Mie Yamin Bakso G57 .....	94
Tabel 24 Konsumen Membeli Mie Yamin Bakso G57 Karena Mereknya	
Halal .....	94
Tabel 25 Konsumen Sangat Senang Mengonsumsi Mie Yamin	
Bakso G57 .....	95
Tabel 26 Konsumen Selalu Puas & Setia Terhadap Produk Mie Yamin	
Bakso G57 .....	95
Tabel 27 Saya Sarankan Membeli Mie Yamin Bakso G57 .....	96

Tabel 28 Konsumen yang Sudah Merasakan Mie Yamin Bakso G57 Akan Kembali Membeli.....	97
Tabel 29 Konsumen Tidak Tertarik Membeli Mie Yamin Bakso Pesaing Yang Sejenis.....	97
Tabel 30 Konsumen Akan Merekomendasikan Kepada Semua Orang Untuk Membeli Mie Yamin Bakso G57 .....	98
Tabel 31 Konsumen Sudah Merasakan Kenikmatan Produk Mie Yamin Bakso G57 .....	99
Tabel 32 Hasil Output Model_1 CFA Konstruk Eksogen Faktor Budaya.....	101
Tabel 33 Hasil Pengujian Model_1 CFA Konstruk Eksogen Faktor Budaya .....	102
Tabel 34 Hasil Output Model_2 CFA Konstruk Eksogen Persepsi Pelanggan .....	104
Tabel 35 Hasil Output Model_2 Konstruk Eksogen Persepsi Pelanggan .....	105
Tabel 36 Hasil Pengujian Model_2 Konstruk Eksogen Persepsi Pelanggan ...	107
Tabel 37 Hasil Output Model_3 Konstruk Eksogen Motivasi Pelangan .....	109
Tabel 38 Hasil Pengujian Model_3 Konstruk Eksogen Motivasi Pelanggan ..	110
Tabel 39 Hasil Output Modification Indeces Model_4 CFA Konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan .....	112
Tabel 40 Hasil Output Model_4 CFA Konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan .....	113
Tabel 41 Hasil Pengujian Model_4 CFA Konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan .....	114

Tabel 42 Hasil Output Full Model Model 1 .....	116
Tabel 43 Hasil Output Modification Indices Full Model_1 .....	118
Tabel 44 Hasil Output Full Model_2 Setelah MI.....	119
Tabel 45 Hasil Pengujian Full Model_2 .....	121
Tabel 46 Evaluasi Outlier.....	125
Tabel 47 Hasil Output Uji Normalitas .....	127
Tabel 48 Hasil Output Dengan Prosedure Bootstrap .....	128
Tabel 49 Perbandingan SE Bootstrap Dengan SE ML .....	129
Tabel 50 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk .....	130
Tabel 51 Korelasi Antar Kostruk Dan Akar Kuadrat AVE .....	132

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Proses Komunikasi Makna Budaya.....	27
Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....	52
Gambar 3 Model Persamaan .....	64
Gambar 4 Grafik Warung Mie Yamin Bakso G57 .....	75
Gambar 5 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	77
Gambar 6 Grafik Responden Berdasarkan Usia .....	78
Gambar 7 Grafik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	79
Gambar 8 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	80
Gambar 9 Model_1 CFA Konstruk Eksogen Faktor Budaya .....	100
Gambar 10 Model_2 CFA Konstruk Eksogen Persepsi Pelanggan.....	103
Gambar 11 Konstruk Eksogen Persepsi Pelanggan .....	105
Gambar 12 Model_3 CFA Konstruk Eksogen Motivasi Pelanggan .....	108
Gambar 13 Model_4 CFA Konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan.....	111
Gambar 14 Model_4 CFA Konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan.....	112
Gambar 15 Full Model_1 <i>Structural Equation Modelling</i> .....	115
Gambar 16 Full Model_2 <i>Structural Equation Modelling</i> .....	119

Gambar 17 Hasil <i>Structural Equation Modelling Modifikasi Model</i> .....	122
Gambar 18 Koefisien Regresi Full Model_2 .....	125

### **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1	Kuisoner Penelitian
LAMPIRAN 2	Data Penelitian
LAMPIRAN 3	Riwayat Hidup