

**AKTIVITAS DAGADU DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
MEREK DI YOGYAKARTA TAHUN 2013**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

SUHARNO

20090530070

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2015

**AKTIVITAS DAGADU DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
MEREK DI YOGYAKARTA TAHUN 2013**

*DAGADU ACTIVITY IN MAINTAINING BRAND LOYALTY IN YOGYAKARTA
BY 2013*

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

**Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu
Komunikasi**

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

SUHARNO

20090530070

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 22 Januari 2015

Tempat : Ruang Nego Ilmu Komunikasi UMY

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

(Dr. Suciati S.Sos., M.Si)

Penguji 1

Penguji 2

(Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn)

(Ayu Amalia, S.Sos., M.Si)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal :

Haryadi Arief Nuur Rasyid, SIP., M.Sc.

(Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SUHARNO

NIM : 20090530070

Konsentrasi : Public Relations

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip dan dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi, dan sepengetahuan saya tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain.

Penulis

(SUHARNO)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK

“EMAK BAPAKKU”

(Di Woco Yo Mak Pak)

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah, selalu panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya kepada peneliti, sehingga tugas akhir kuliah atau skripsi yang berjudul **AKTIVITAS DAGADU DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS MEREK DI YOGYAKARTA TAHUN 2013** dapat terselesaikan pada waktu yang tepat.

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta setelah menyelesaikan semua teori dan praktek dari semester awal sampai semester akhir.

Sangat disadari bahwasanya tanpa ada bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan mungkin berhasil untuk terselesaikan. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan trimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1.) Kedua orangtua saya, dan keluarga besar saya, my brother Yulianto Selfrock, Doni Iskandar Muda, & Vina Ella Saputri
- 2.) Dosen pembimbing saya Dr. Suciati, S.Sos., M.Si yang penuh dengan kesabaran dan kebesaran hati, mau memberi arahan kepada saya sebagai mahasiswa bimbingnya. Dari yang tidak tau apa-apa masalah skripsi, menjadi paham dan bisa menyelesaikannya. Terimakasih banyak bu!

- 3.) Terimakasih banyak atas support sahabat seperjuangan teman Ilmu Komunikasi 2009, Nanda Sutejo, Joe Trihandaka, Yahya kaustar, Yahya Peyek, Ijal Pekok, Ade Cebong, Yasirt, Danang Arif, Paimo, Reiza, Dean, Samsul, Restu Trihastuti, Nay, Kunyit, Dll. Terimakasih Sahabat!
- 4.) Terimakasih Dosen-Dosen Ilmu Komunikasi UMY, semoga kelak bisa menjadi partner yang baik.
- 5.) Trimakasih Karyawan/Staff Ilmu Komunikasi, Pak Yun, Pak Mur, Pak Jhon, Mbak Siti, sangat respect dan membantu segala aspek bagi penulis. Terimakasih banyak
- 6.) Terimakasih, teman-teman kost lama, kost Anker! Rindu kumpul dimasa itu. Kalian menghiburku saat itu.
- 7.) Terimakasih kost baru, Gamping Kidul “Kost Janoko” Cepeer dkk
- 8.) Terimakasih terhadap pihak-pihak yang mendukung dan menghargai saya. Semoga dapat saling bersilaturahmi selamanya.

Dengan terselesaikanya tugas akhir ini, penulis menginginkan penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama bagi kampus UMY dan Dagadu. Penyusunan tugas akhir ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti berharap ada yang lebih bisa menyempurnakan penelitian ini. Semoga penelitian ini membawa manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca.

Yogyakarta, 22 Januari 2015

SUHARNO

DAFTAR ISI

1. HALAMAN JUDUL	i
2. HALAMAN PENGESAHAN	ii
3. HALAMAN PERNYATAAN	iii
4. HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
5. KATA PENGANTAR	v
6. DAFTAR ISI	vi
7. DAFTAR TABEL	vii
8. ABSTRAK	viii
9. ABSTRACT	x
 BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	10
E.1 Pengertian Merek	10
E.2 Brand Equity	13
E.3 Loyalitas Merek	18
F. Metodologi Penelitian	46
F.1 Jenis Penelitian	46
F.2 Lokasi Penelitian	47
F.3 Informan Penelitian	47
F.4 Teknik Pengumpulan Data	48
F.5 Teknik Analisis Data	49
F.6 Validitas Data	51
 BAB II PROFIL PERUSAHAAN DAGADU	
a. Sejarah Dagadu	54
b. Visi – Misi	58
c. Logo Dagadu	60
d. Lokasi Perusahaan	61
e. Distribusi Produk	62
f. Branded Produk	62
g. Ragam Produk	64
h. Struktur Organisasi	66
i. Tugas Wewenang	66
j. Proses Produksi	70
k. Program Garda Depan	71

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

a. Sajian Data	75
b. Profil Informan	76
1) Konsep loyalitas merek Dagadu	78
2) Strategi pengukuran loyalitas merek Dagadu	80
3) Strategi agar konsumen suka terhadap merek	82
4) Strategi mempertahankan pembelian berulang konsumen	83
5) Strategi terhadap <i>switching cost</i> (peralihan biaya)	85
6) Strategi menghadapi pesaing	88
7) Strategi agar konsumen merasa puas	90
8) Strategi agar konsumen berkomitmen	92
9) Strategi agar konsumen merekomendasikan ke konsumen lain	95
c. Pembahasan	98
1) Konsep loyalitas merek	98
2) Peran loyalitas merek terhadap perusahaan	102
3) Manfaat loyalitas merek bagi perusahaan	103
4) Tingkatan dalam loyalitas merek	105
5) Indikator dalam pengukuran loyalitas merek	109
6) Pengukuran kesukaan terhadap merek	110
7) Mempertahankan pembelian berulang konsumen	112
8) Strategi terhadap <i>switching cost</i> (peralihan biaya)	115
9) Strategi menghadapi pesaing	115
10) Agar konsumen merasa puas	119
11) Agar konsumen berkomitmen	124
12) Agar konsumen mau merekomendasikan	125

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

1) Kesimpulan	128
2) Saran	129

DAFTAR GAMBAR TABEL

1) Gambar 1.1 Logo Brand Dagadu Djogja	60
2) Gambar 1.2 Struktur organisasi	65

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Public Relations

Suharno (20090530070)

Aktivitas Dagadu Dalam Mempertahankan Loyalitas Merek Di Yogyakarta Tahun 2013

Tahun Skripsi: 2013-2014

Daftar Pustaka: 18 Buku, 2 Jurnal, 7 Website resmi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas Dagadu dalam mempertahankan loyalitas merek tahun 2013. Dalam latar belakang masalah ditemukan bahwasanya begitu ketatnya persaingan pasar dalam kategori produk sejenis menuntut perusahaan harus memiliki aktivitas strategi yang baik dalam menghadapi kompetitor khususnya di kota Yogyakarta. Loyalitas merek itu merupakan ukuran keterikatan pelanggan terhadap sebuah merek. Ada beberapa komponen dari pengukuran loyalitas merek yang diantaranya *behavior measures* (pengukuran perilaku), *switching cost* (peralihan biaya), *measuring satisfaction* (mengukur kepuasan), *liking of the brand* (kesukaan terhadap merek), *commitment* (komitmen).

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi kasus deskriptif dan dianalisis secara kualitatif. Waktu dan lokasi penelitian adalah pada bulan November 2014, yang berlokasi di Jalan IKIP PGRI No 50, Sonopakis, Yogyakarta, Indonesia. Informan yang diambil berdasarkan teknik sampling, dengan 2 orang informan dari pihak Dagadu yaitu General Manager Marketing Dagadu, Marketing Officer dan 2 orang dari pihak konsumen, yaitu konsumen yang sudah pernah mengunjungi dan membeli produk Dagadu minimal 3 kali. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah kualitatif. Dan uji validitas data yang digunakan adalah triangulasi.

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, adapun aktivitas yang dilakukan dalam mempertahankan loyalitas merek Dagadu yaitu dengan cara dalam segi pelayanannya, mempertahankan kualitas dan menerapkan nilai-nilai budaya Yogyakarta.

Kata kunci: Dagadu, Aktivitas, Loyalitas merek

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of social and political science

Department Of Communication Sciences, Public Relations Concentration

Suharno (20090530070)

Dagadu activity in maintaining brand loyalty in Yogyakarta by 2013

Thesis: year 2013-2014

Reference: 18 books, 7 Journals, and 2 Official Website.

This research aims to know the Dagadu activity in maintaining brand loyalty by 2013. In the background of the problems found that so intense market competition in kategori similar products demanding the company should have a good strategy for activity in the face of competitors, especially in the city of Yogyakarta. Brand loyalty is the size of the attachment to the customers of a brand. There are several components of the measurement of brand loyalty that include behavior measures (measurement of behavior), the switching cost (cost of passage), measuring satisfaction (measuring satisfaction), liking of the brand (brand's favorite), commitment (commitment).

Research methods used in this research is descriptive and case studies are analyzed qualitatively. Time and location of the research was in November 2014, which is located on Jalan IKIP PGRI No. 50, Sonopakis, Yogyakarta, Indonesia. Informants are taken based on the sampling technique, with two informants of the Dagadu IE General Manager Marketing Dagadu, Marketing Officer and 2 men from the consumer, i.e. consumers who have previously visited and purchased products Dagadu at least 3 times. Method of collecting data using interviews and documentation. Technique of data analysis is qualitative. And test the validity of the data used is triangulation.

Based on the results of the discussion and conclusions, with regard to the activities carried out in maintaining brand loyalty with Dagadu way in terms of pelayananya, maintaining and applying the quality values of Yogyakarta culture.

Keywords: Dagadu, activities, brand loyalty