

**PENGARUH KEPUASAN, PERILAKU KEBIASAAN, KOMITMEN DAN
KESUKAAN MEREK TERHADAP KESETIAAN MEREK PADA
KONSUMEN AIR MINUM MIZONE**

*THE INFLUENCE OF SATISFACTION, HABITUAL BEHAVIOR,
COMMITMENT AND LIKING OF THE BRAND TOWARD BRAND LOYALTY
ON CONSUMER OF MIZONE*

SKRIPSI



Disusun oleh:
RIRI RAHMADI
20060410071

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2010

**PENGARUH KEPUASAN, PERILAKU KEBIASAAN, KOMITMEN DAN
KESUKAAN MEREK TERHADAP KESETIAAN MEREK PADA
KONSUMEN AIR MINUM MIZONE**

*THE INFLUENCE OF SATISFACTION, HABITUAL BEHAVIOR,
COMMITMENT AND LIKING OF THE BRAND TOWARD BRAND LOYALTY
ON CONSUMER OF MIZONE*

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas
Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun oleh:
RIRI RAHMADI
20060410071**

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2010**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KEPUASAN, PERILAKU KEBIASAAN, KOMITMEN
DAN KESUKAAN MEREK TERHADAP KESETIAAN MEREK PADA
KONSUMEN AIR MINUM MIZONE**

***THE INFLUENCE OF SATISFACTION, HABITUAL BEHAVIOR,
COMMITMENT AND LIKING OF THE BRAND TOWARD BRAND
LOYALTY ON CONSUMER OF MIZONE***

Diajukan oleh:

Riri Rahmadi
20060410071

Telah disetujui oleh Pembimbing

Tanggal: Nopember 2010

Iskandar Bukhori, SE., SH

SKRIPSI

**PENGARUH KEPUASAN, PERILAKU KEBIASAAN, KOMITMEN
DAN KESUKAAN MEREK TERHADAP KESETIAAN MEREK PADA
KONSUMEN AIR MINUM MIZONE**

**THE INFLUENCE OF *SATISFACTION, HABITUAL BEHAVIOR,*
COMMITMENT AND LIKING OF THE BRAND TOWARD BRAND
*LOYALTY ON CONSUMER OF MIZONE***

Disusun oleh

Riri Rahmadi

20060410071

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Univesitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal: 23 Desember 2010
Yang Terdiri Dari

Drs. Edi Supriyono, M.M.
Ketua Tim Penguji

Gita Danupranata, SE., MM.
M.Si.
Anggota Tim Penguji

Iskandar Bukhori, SE., SH.,
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Univesitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbachul Anwar, S.E., M.Si
NIK 143 014

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Nopember 2010

Riri Rahmadi

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

Allah akan menaikkan orang-orang yang beriman dari kamu dan orang-orang dari kamu yang berilmu dengan beberapa derajat.

(Q.S: Mujadalah, 11)

Sebaik-baiknya manusia bermanfaat bagi manusia yang lain

(Hadist Rasul)

PERSEMBAHAN:

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Ibu bapak tercinta

Kakak dan adikku

Almamaterku

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh kepuasan, perilaku kebiasaan, komitmen dan kesukaan merek terhadap kesetiaan merek pada produk air minum Mizone.

Subjek penelitian yang diambil adalah mahasiswa yang ada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, khususnya pada Fakultas Ekonomi UMY. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* yaitu sampel yang dipilih berdasarkan atas ciri-ciri atau karakteristik tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang telah melakukan pembelian minimal 2 kali dalam seminggu. Sedangkan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kepuasan, perilaku kebiasaan, komitmen dan kesukaan merek terhadap kesetiaan merek pada produk air minum Mizone. Nilai signifikansi masing-masing variabel tersebut adalah 0.044, 0.001, 0.000 dan 0.000. Sedangkan nilai R square sebesar 0,901. Nilai ini menunjukkan kesetiaan merek dijelaskan oleh variabel kepuasan, perilaku kebiasaan, komitmen dan kesukaan merek sebesar 90,1% dan sisanya sebesar 9,9% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci: kepuasan, perilaku kebiasaan, komitmen, kesukaan merek, kesetiaan merek

ABSTRACT

This research aim to know influence of satisfaction, habitual behavior, commitment and liking of the brand to brand loyalty at consumer of Mizone in Yogyakarta.

Subject of this research are students of economy faculty of Muhammadiyah Yogyakarta University that consume Mizone. Sampling method with method purposive sampling and analyse by using multiple regression.

Examination result indicate that is influence which signifikan variable satisfaction, habitual behavior, commitment, liking of the brand to brand loyalty in consume Mizone. The shown with value which below 0,05 that is variable satisfaction equal to 0,044, habitual behavior equal to 0.001, variable commitment equal to 0,000 and variable liking of the brand equal to 0,000 . R square adjusted equal to 0,901, This thing indicate that 90.1% various brand loyalty explained by variable satisfaction, habitual behavior, commitment and liking of the brand. While the rest equal to 9,9 % explained by other variable.

Keyword: satisfaction, habitual behavior, commitment, liking of the brand, brand loyalty

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas rahmatnya dan karunia-Nya. Sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul: **"PENGARUH KEPUASAN, PERILAKU KEBIASAAN, KOMITMEN DAN KESUKAAN MEREK TERHADAP KESETIAAN MEREK PADA KONSUMEN AIR MINUM MIZONE"** ini adalah salah satu syarat memperoleh gelar sarjana S-1 Fakultas Ekonomi ilmu manajemen UMY. Berbagai macam pencarian ide, gagasan, berfikir sampai pada akhirnya menemukan titik temu adalah proses panjang dari penyusunan skripsi ini. Semua ini dilakukan bukan hanya untuk menyelesaikan skripsi dalam bentuk fisik saja, tetapi lebih untuk menjawab segala pertanyaan yang berkembang dalam konsep dan teori yang menjadi acuan dalam topik penelitian. Dengan demikian, penyusunan skripsi tidak hanya terbatas sebagai syarat kelulusan saja, tetapi untuk memenuhi jangkauan maupun kualitas sebagai kepuasan berkarya.

Keberhasilan menyelesaikan karya kecil ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Misbachul Anwar, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Iskandar Buchori, SE., SH., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu untuk membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibuku tercinta. atas do'a yang senantiasa mereka panjatkan agar segera selesainya skripsi ini.
4. Dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, semoga amal ibadah kalian semua di balas oleh Allah SWT. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Nopember 2010

Riri Rahmadi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	viii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Kepuasan	6
B. Perilaku Kebiasaan ..	7
C. Komitmen	7
D. Kesukaan Merek	8
E. Kesetiaan Merek	9
F. Hasil Penelitian Terdahulu	16
G. Hipotesis Penelitian	17
H. Model Penelitian.....	20

BAB III	METODE PENELITIAN	21
	A. Obyek dan Subyek Penelitian	21
	B. Jenis Data.....	21
	C. Teknik Pengambilan Sampel	21
	D. Teknik Pengumpulan data.....	22
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	22
	F. Uji Kualitas Instrumen	25
	G. Alat Analisis dan Uji Hipotesis	26
BAB IV	ANALISIS DATA	31
	A. Karakteristik Responden	31
	B. Uji Kevalidan Instrumen	34
	C. Hasil Penelitian	37
	D. Pengujian Hipotesis	39
	E. Pembahasan.....	35
BAB V	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	44
	A. Kesimpulan.....	44
	B. Saran.....	45
	C. Keterbatasan Penelitian.....	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4. 1 . Rekapitulasi Hasil Penyebaran Kuesioner	30
Tabel 4. 2 . Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4. 3 . Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	31
Tabel 4. 4 . Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan	31
Tabel 4. 5 . Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	32
Tabel 4. 6 . Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumen	33
Tabel 4. 7 . Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan.....	34
Tabel 4. 8 . Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Kebiasaan.....	35
Tabel 4. 9 . Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen.....	35
Tabel 4. 10. Hasil Uji Validitas Variabel Kesukaan Merek.....	36
Tabel 4. 11. Hasil Uji Validitas Variabel Kesetiaan Merek.....	36
Tabel 4. 12. Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4. 13. Hasil Analisis Regresi Berganda Dan Uji t.....	38
Tabel 4. 13. Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. model penelitian.	20
-------------------------------------	----