

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KESETIAAN MEREK PADA KONSUMEN PASTA GIGI
CLOSE UP**

*The Factors Analysis Which Influencing Brand Loyalty to Close Up
Tooth Paste Consumer*

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Disusun oleh :

HERIADI
20000410376

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2009**

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KESETIAAN MEREK PADA KONSUMEN PASTA GIGI
CLOSE UP**

*The Factors Analysis Which Influencing Brand Loyalty to Close Up
Tooth Paste Consumer*



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing I

Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si.
NIK 143 058

Tanggal. 27 Mei 2009

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESETIAAN MEREK PADA KONSUMEN PASTA GIGI CLOSE UP

Diajukan oleh

HERIADI
20000410376

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 23 Juli 2009
Yang terdiri dari

Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji

Hasnah Rimiyati, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Dra. Siti Noordjannah Djohantini, M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK: 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Heriadi

Nomor Mahasiswa : 20000410376

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesetiaan Merek Pada Konsumen Pasta Gigi Close Up" 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, Mei 2009

Heriadi

MOTTO

Berbaktilah kepada mereka dengan penuh kerendahan diri dan ucapkanlah:

*“Wahai Tuhanku ! Kasihanilah mereka keduanya sebagaimana keduanya memeliharaiku dengan penuh kasih sayang waktu kecilku”
(Qs Al Isro : 24)*

*”Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, jika suatu kaum tidak mau merubahnya”
(Qs Ar Ra’du : 11)*

*”Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”
(Qs Al Insyaraah : 5)*

*”Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(Qs Al-Baqarah: 286)*

*”Jadikanlah sabar dan sholatmu sebagai penolongmu karena sesungguhnya Allah SWT beserta orang-orang yang sabar”
(Qs Al-Baqarah: 153)*

*”Jangan menyia-nyiaakan waktu yang kita miliki karena jika kita menyia-nyiaakan waktu yang kita miliki, maka kita tidak akan mendapatkan kebahagiaan yang kita cita-citakan”
(Penulis)*

PERSEMBAHAN

*Dengan penuh rasa syukur kehadiran ALLAH SWT,
kupersembahkan karya ini
untuk:*

- 1. ALLAH SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya.*
- 2. Alm. Ayahanda, Ibunda, Ayuk Yos, Ayuk Yuli yang selalu mendo'akan disetiap langkahku*
- 3. Untuk adikku tersayang Fitriani yang selalu mendoa'kan dan memberikan semangat kepadaku untuk menyelesaikan kuliahku*
- 4. Buat keponakan-keponakan yang selalu menghiburku dengan candanya disaat aku gundah*
- 5. Untuk sahabat-sahabatku yang selalu membantu dan mensupportku*
- 6. Almamaterku*

INTISARI

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Herizon dan Wenny (2003) yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesetiaan Terhadap Merek Pada Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen, perilaku kebiasaan, komitmen dan kesukaan merek terhadap kesetiaan merek. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menggunakan produk pasta gigi Close Up yang berjumlah 88 orang. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh melalui data primer dengan cara mengajukan kuesioner kepada responden. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis regresi berganda, uji hipotesis serentak (uji F), uji hipotesis parsial (uji t), dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepuasan konsumen, perilaku kebiasaan, komitmen dan kesukaan merek terhadap kesetiaan merek secara serentak. Variabel kepuasan konsumen, perilaku kebiasaan, komitmen dan kesukaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan merek secara parsial. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kesetiaan merek adalah variabel perilaku kebiasaan.

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

ABSTRACT

This research is replication from Mr. Herizon and Mrs. Wenny (2003) research with the title is The Factors which Influencing Loyalty to Brand at Pepsodent Tooth Paste Consumer in Surabaya. This research having a purpose to analyze Influence of satisfaction, habitual behavior, commitment and liking of the brand by simultaneously and partially to brand loyalty. Responder in this research is Muhammadiyah University of Yogyakarta students who using Close Up tooth paste amounting to 88 people. The sample collected using purposive sampling method. Data obtained through primary data by sharing questionnaire to responder. Analyze data conducting by using double analysis regression, the hypothesis simultaneously test (F-test), the hypothesis partial test (t-test), and coefficient determinacy.

Result of this research indicates that there are influenced are positive and significant between satisfaction variable, habitual behavior, commitment and liking of the brand to brand loyalty variable simultaneously. Satisfaction variable, habitual behavior, commitment and liking of the brand to brand loyalty variable. Variable habitual behavior partially have dominantly significant affected to brand loyalty.

Key words: satisfaction, habitual bahavior, commitment, liking of the brand and brand loyalty

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada kami sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesetiaan Merek Pada Konsumen Pasta Gigi Close Up”.

Tugas akhir ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Ekonomi Strata 1 (S-1) pada Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini dari persiapan sampai terselesainya, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang begitu berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ir. H.M. Dasron Hamid, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Hj. Munjiati Munawwaroh, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

5. Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
6. Dra. Hasnah Rimiyati, S.E., M.Si dan Dra. Siti Noordjannah Djohantini, M.Si, selaku penguji dalam penelitian ini yang telah banyak memberikan masukan dan saran dalam penyusunan skripsi.
7. Barbara Gunawan, S.E., M.Si., selaku Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Kakak-kakakku yang telah bersedia membantu, memberikan semangat serta Alm. Ayah, mama, kakak-kakakku dan kekasihku tersayang yang selalu memberikan motivasi dan tak henti-hentinya mencurahkan kasih dan sayang serta memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materiil selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Semoga bimbingan dan arah yang telah diberikan secara ikhlas kepada penulis mendapatkan imbalan yang berlipat ganda dari ALLAH SWT (Amin).

Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, Mei 2009

Penulis

Heriadi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. <i>Brand Loyalty</i> (Kesetiaan Merek)	8
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan Merek	9
C. Fungsi <i>Brand Loyalty</i> (Kesetiaan Merek)	11
D. Tingkatan <i>Brand Loyalty</i> (Kesetiaan Merek).....	13
E. Penelitian Terdahulu.....	17
F. Hipotesis.....	18
G. Model Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	22
B. Jenis Data	22
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	22
D. Teknik Pengumpulan Data	23
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	23
F. Uji Kualitas Instrumen	26
1. Uji Validitas	26
2. Uji Reliabilitas.....	26
G. Analisis Data	27

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
	A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian	31
	B. Profil/Karakteristik Responden	34
	C. Rekapitulasi Hasil Kuesioner	38
	D. Uji Kualitas Instrumen Penelitian	43
	1. Uji Validitas	43
	2. Uji Reliabilitas.....	44
	E. Analisis Data dan Uji Hipotesis	45
	1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
	2. Uji Simultan (<i>F- test</i>).....	47
	3. Uji Parsial (<i>t -test</i>)	48
	4. Koefisien Determinasi.....	50
	F. Pembahasan	51
BAB V	KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	55
	A. Kesimpulan.....	55
	B. Saran.....	56
	C. Keterbatasan Penelitian	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Data Profil/Karakteristik Responden	35
Tabel 4.2. Deskripsi Jawaban Responden Tentang <i>Satisfaction</i> pada Pasta Gigi <i>Close Up</i>	36
Tabel 4.3. Deskripsi Jawaban Responden Tentang <i>Habitual Behavior</i> pada Pasta Gigi <i>Close Up</i>	38
Tabel 4.4. Deskripsi Jawaban Responden Tentang <i>Commitment</i> pada Pasta Gigi <i>Close Up</i>	39
Tabel 4.5. Deskripsi Jawaban Responden Tentang <i>Liking of The Brand</i> pada Pasta Gigi <i>Close Up</i>	40
Tabel 4.6. Deskripsi Jawaban Responden Tentang <i>Brand Loyalty</i> pada Pasta Gigi <i>Close Up</i>	42
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Berganda dan Uji-t	45
Tabel 4.10. Hasil Uji F	47
Tabel 4.11. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	21