

ANALISIS PENGARUH CITRA, NILAI DAN KEPUASAN

TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

(Studi Empiris pada Hotel Sokanandi di Banjarnegara)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

SEDYO NUGROHO

20010410113

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2007

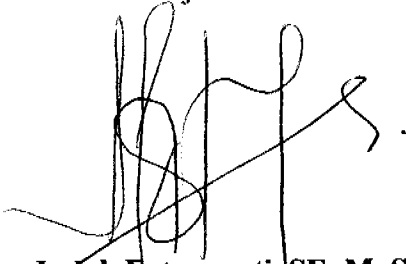
SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH CITRA, NILAI DAN KEPUASAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

(Studi Empiris pada Hotel Sokanandi di Banjarnegara)

Yogyakarta, 5 Desember 2006

Telah disetujui Dosen Pembimbing



Indah Fatmawati, SE, M, Si.

NIK: 143029

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH CITRA, NILAI DAN KEPUASAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

(Studi Empiris pada Hotel Sokanandi di Banjarnegara)

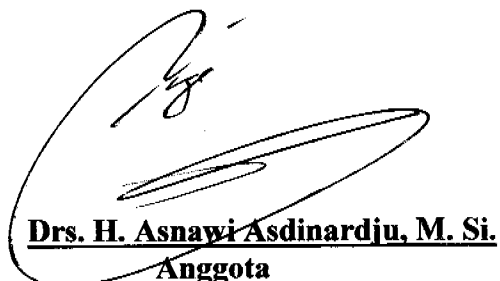
Disusun oleh:
Sedyo Nugroho
20010410113

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan didepan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal: 26 Desember 2006

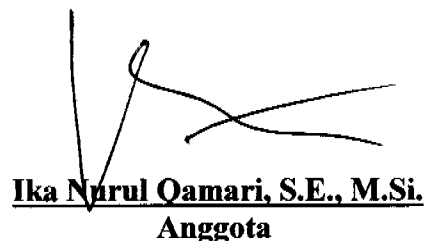
Yang terdiri dari:



Hj. Munjiati M. S.E., M.Si.
Ketua



Drs. H. Asnawi Asdinardju, M. Si.
Anggota



Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si.
Anggota

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK : 143 014

PENYATAAN

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 orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan yang disebutkan dalam daftar pustaka

Yogyakarta, Desember 2006

Sedyo Nugroho

INTISARI

Dalam persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan berlomba-lomba mempertahankan konsumennya. Karena alasan berdirinya perusahaan adalah adanya pelanggan. Langkah yang banyak ditempuh adalah menciptakan kepuasan pada setiap konsumen. Dalam perkembangannya ternyata konsumen yang puas dengan produk suatu perusahaan dapat pindah ke lain produk. Sehingga dapat diketahui bahwa ternyata perusahaan tidak cukup memberikan kepuasan pada konsumennya.

Untuk tetap bertahan perusahaan tidak cukup berhenti disini. Sehingga perlu adanya tindakan yang lebih jitu dalam mempertahankan konsumen, dalam hal adalah menciptakan loyalitas. Keuntungan yang dapat diperoleh adalah perusahaan dapat mengurangi biaya promosi dan tentunya dapat meningkatkan keuntungan. Loyalitas konsumen dapat terjadi pada sebuah produk atau perusahaan.

Studi ini bertujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap Hotel. Diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah citra, nilai, dan kepuasan konsumen. Responden dalam penelitian ini adalah para pengunjung Hotel Sokanandi.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data primer dan pengambilan 100 sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* di Hotel Sokanandi Banjarnegara. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen digunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra, nilai dan kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Citra, nilai, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen

ABSTRACT

In very hard competition, companies struggle to maintain their customers. Because the reason for existence of company or corporation is there is customers. Many steps being acted and created to satisfy the customers. On its development, turns out that satisfied customers also have the potency to choose another product instead the product they've used before. There, we understood that those companies/corporations didn't give satisfaction to their customers.

To survive, the company don't stop here. Required sharp action to maintaining customers, that is to create loyalty. The profits which can be taken that is the companies can reduce their budget in promotion and of course they can upgrade their income, customer loyalty can be regarded to products on companies.

This study aimed to understand factors which effect customer loyalty to hotel. Well known that factors which effects customer loyalty are image, value, and customers satisfaction. The respondents in this research is the customers of "Sokanandi Hotel".

This observation using questionnaire as primary data collecting instrument and have 100 samples by using purposive sampling technique in "Sokanandi Hotel Banjarnegara". To find out the factors which influence the customer loyalty, I use double regression analysis.

The result of this research shows that image, value and customer satisfaction has significant influence to customers loyalty.

Keywords: Image, value, customers' satisfaction, and customers' loyalty.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan KaruniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Pengaruh Citra, Nilai dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Empiris pada Hotel Sokanandi di Banjarnegara)”. Tanpa ijin dan ridloNya niscaya karya ini tidak dapat selesai, Puji hamba untuk Sang Khalik. Skripsi ini merupakan bagian dari kuliah penulis pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulisan skripsi ini juga dimaksudkan untuk melengkapi syarat dalam memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan karya ini, penulis menyadari bahwa tidak sedikit bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak yang diberikan kepada penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khoirudin Bashori., M.Si., Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Misbahul Anwar., SE., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

3. Ibu Indah Fatmawati, SE, M.Si., sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar membimbing dan memberi masukan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Fajarwati, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama saya menjadi Mahasiswa UMY.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menyampaikan ilmu pengetahuan serta pengarahan selama penyusunan menimba ilmu di bangku kuliah.
6. Bapak Yan Soedaryanto yang telah memberikan saya izin untuk melakukan penelitian di Hotel SOKANANDI Banjarnegara.
7. Ayah dan Ibu serta kakak- kakakku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.

Akhir kata, penyusun berharap dengan keterbatasan dan kekurangan pada tugas akhir ini semoga dapat lebih disempurnakan lagi pada penelitian-penelitian selanjutnya untuk tema sejenis. Semoga tugas akhir ini mampu memeberikan manfaat bagi penyusun dan para pembaca sekalian. Amiiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Desember 2006

Sedyo Nugroho

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI.....	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJUAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teori	6
1. Loyalitas Konsumen.....	6
2. Citra.....	12
3. Nilai.....	15
4. Kepuasan Konsumen.....	18
B. Hasil Penelitian Terdahulu	23
C. Hipotesis	23
D. Model Penelitian	25
BAB III METODA PENELITIAN	27
A. Obyek Penelitian	27

B. Teknik Pengambilan Sampel	27
C. Jenis Data	27
D. Tehnik Pengumpulan Data	28
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
F. Skala Pengukuran	32
G. Analisis Data	34
1. Analisis Deskriptif	34
2. Uji Kevalidan Instrumen	34
3. Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Analisis Deskriptif	39
1. Statistik Deskriptif Demografi Responden.....	39
2. Statistik Deskriptif Jawaban Responden	42
B. Uji Kualitas Data	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	50
C. Uji Hipotesis	50
1. Uji Hipotesis 1	51
2. Uji Hipotesis 2	52
3. Uji Hipotesis 3	54
4. Uji Hipotesis 4	58
D. Pembahasan	60
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	63
A. Simpulan	63
B. Keterbatasan	64
C. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.1	Skala Pengukuran	32
3.2	Operasional Konstruk dan Indikator	33
4.1	Deskripsi Klasifikasi Responden.....	40
4.2	Statistik Deskriptif Jawaban Responden	43
4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	48
4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Citra dan Nilai	49
4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	49
4.6	Hasil Uji Reliabilitas	50
4.7	Hasil Uji Hipotesis 1	51
4.8	Hasil Uji Hipotesis 2	53
4.9	Hasil Uji Hipotesis 3	55
4.10	Hasil Uji Hipotesis 4	58

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Penelitian	26
4.1 Ringkasan Uji Hipotesis 1, 2, 3, dan 4	61