

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
KONSUMEN PADA ROKOK MEREK SAMPOERNA A MILD**

SKRIPSI

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



Oleh

ADHITYA IRWANTORO

20010410106

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2006

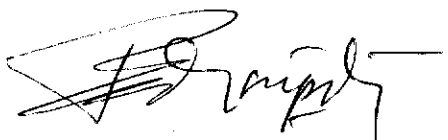
SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS KONSUMEN PADA ROKOK MEREK SAMPOERNA A
MILD
(studi kasus pada mahasiswa UMY)**

**Diajukan oleh
ADHITYA IRWANTORO
20010410106**

Telah disetujui oleh

Pembimbing I



Drs. Edi Supriyono, MM

NIK : 143004

Tanggal... 10/2/06

Pembimbing II



Drs. Winarso, MM

NIK : 143031

Tanggal... 10-2-2006

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP ROKOK MEREK
SAMPOERNA A MILD**

Diajukan oleh

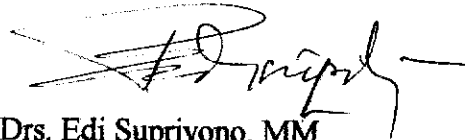
ADHITYA IRWANTORO

20010410106

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 26 Januari 2006

Yang terdiri dari



Drs. Edi Supriyono, MM

Ketua Tim Penguji



Siti Dyah Handayani, S.E., MM

Anggota Tim Penguji



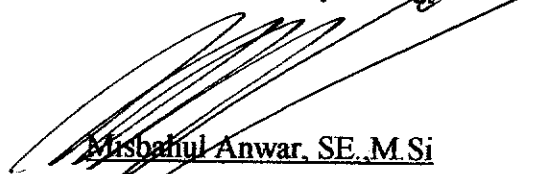
Fauziah, S.E.

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Mishaful Anwar, SE., M.Si

NIK : 143014

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, Januari 2006

Adhitya Irwantoro

Motto

- Berangkatlah kamu baik dalam keadaan merasa ringan maupun merasa berat, dan berjihadlah dengan harta dan dirimu di jalan Allah. Yang demikian adalah lebih baik bagimu jika mengetahuinya.

Kupersembahkan

Kepada :

Papap dan Mamah tercinta

Adik-adiku tersayang

Almamaterku

THANKS TO

The Almighty.....Allah SWT

Sujud syukur hamba pada-Mu yang mengabulkan doa dan menganugerahi amanah ilmu. Semoga hamba dapat mengamalkannya di jalan kebenaran Amin.

Papap dan Mamah Tercinta.....

Beh, Mah AA lulus juga....makasih ya beh, mah....yang selalu menjadi orang tua yang selalu berusaha untuk mengarahkan, selalu berdoa dan berusaha tiada kenal henti.

Adik-ku Mas Yugi (kuliah yang bener mas!!) and Adik-ku Eneng Regi (akhirnya aa lulus neng!!)

Teman-teman sepermainan, The Ontorejos 157

Andi, salim, fales, risky, taqin, bos lukman, ardin, rian, edwin.

Jendra, Anto, iqbal, ito (kapan gawe film neh??)

RPC Hardworker, makasih atas ilmunya.

Teman" KKN Bambanglipuro (afif, dono, maskrama, arif sang ketua, yudi, aan, erlita, tanti)

Mas dwi (makasih banyak atas semuanya)

Dewi DR (ga ada loe ga tau gw kapan lulus)

Agus Lae (cepat kerjain skripsinya bos) + putri

Boby (kapan kita bilyard lagi??)

Temen" Manajemen B '01

Yoga, ipul, cecep, dado, rahmat, hadi, yuda, mawan, paijo, jazuli, nunu, leni, erna, ifo, ita, nizar, piyana, dan teman yang pernah datang dan pergi

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap rokok merek sampoerna A Mild. Variabel yang digunakan untuk mengetahui loyalitas merek tersebut adalah *satisfaction*, *habitual behavior*, *commitment* dan *liking of the brand*. Keempat variabel tersebut mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Herizon dan Wenny Maylina. Dengan sampel adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Analisis didasarkan pada data yang diperoleh dari responden penelitian yang dikumpulkan melalui kuisisioner. Kuisisioner disebarakan kepada responden yang mengkonsumsi rokok merek Sampoerna A Mild. Sempel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Clustered sampling* dan *purposive sampling*. Untuk menguji hipotesis penelitian ini menggunakan regresi linier berganda yang dibantu dengan menggunakan program SPSS 11.0. Dan hasil prosentasenya sebesar 58.1 % loyalitas konsumen terhadap rokok Sampoerna A Mild, dijelaskan oleh variabel *satisfaction*, *habitual behavior*, *commitment*, *liking of the brand* dan 41.9 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan menghasilkan objektivitas dan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pihak lain umumnya.

Kata kunci : *satisfaction*, *habitual behavior*, *commitment* dan *liking of the brand*.

ABSTRACT

The goal of this research is learn to know the factors which influence the brand loyalty. Variable that use to learn to know the brand loyalty is satisfaction, habitual behavior, commitment dan liking of the brand. The four variabel due to the research have been conducted by Herizon and Wenny Marlina. With the sampling is student in Muhammadiyah University Of Yogyakarta. The analysis is refer to the data which obtain from the questionnaire. A questionnaire gave to the people which use Sampoerna A Mild. This research uses clustered sampling and purposive sampling and also uses SPSS 11.0 version to test the hypotheses. The finding of the research indicate 58.1 % loyal to the Brand of Sampoerna A Mild, to explain by variable satisfaction, habitual behavior, commitment dan liking of the brand and 41.9 % the influence by another variable is not explain in this research.

The expect of this research is to the product objective an useful result for the researcher especially and for other party generally.

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

KATA PENGHANTAR

Alhamdulillah Rabbil'alamin, penulis panjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada suri tauladan kita nabi Muhammad SAW, penuntun manusia dari kegelapan.

Skripsi dengan judul **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP ROKOK MEREK SAMPOERNA A MILD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)** ini dibuat sebagai salah satu prasyarat bagi penulis untuk meraih gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, perkenankanlah bagi penulis untuk menghaturkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini:

1. Bapak Drs. Edi Supriyono, M.M selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan ilmu, waktu, petunjuk dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Winarso, M.M selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan waktu dan pengarahannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Fajarwati, SE selaku dosen pembimbing akademi yang telah memberikan pengarahan dan ilmu kepada penulis.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi yang telah mentransfer ilmu dan pengetahuannya kepada penulis.

5. Keluargaku : papap Ruyanto Sulaeman dan Mamah Nani Kusmiati tercinta, dan adik-adikku Yugi dan Regi tersayang. Terima kasih atas pengertian, doa, dorongan serta kasih sayangnya.
6. Dan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang penulis miliki sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan teman-teman jurusan Manajemen pada khususnya.

Yogyakarta, Januari 2006

Adhitya Irwantoro

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGHANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Masalah.....	7
E. Manfaat Masalah.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek.....	9
2. Pengertian Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>).....	14
3. Fungsi Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>).....	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
C. Hipotesis.....	19
D. Model Penelitian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
A. Subyek Penelitian.....	20
B. Jenis Data.....	20
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	20

D. Teknik Pengumpulan Data	23
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
F. Uji Kualitas Data	27
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Gambaran Umum Obyek/subyek Penelitian	32
B. Uji Kualitas Instrument	36
C. Uji Hipotesis	38
D. Pembahasan	42
BAB V KESIMPULAN, SARAN dan KETERBATASAN PENELITIAN	44
A. Kesimpulan	44
B. Saran	45
C. Keterbatasan Penelitian	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1 Jumlah Mahasiswa Aktif Mulai Angkatan 1992-2004.....	34
4.2 Karakteristik Responden.....	35
4.3 Hasil Uji Validitas.....	36
4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
4.5 Hasil Regresi Linier Berganda.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

I.	Koesioner Penelitian	49
II.	Tabulasi Data Variabel Penelitian.....	52
III.	Frequency Table	59
IV.	Correlations	60
V.	Reliabilty	65
VI.	Regression	70
VII.	Tabel T	71