

**PENGARUH CITRA PRODUK, FITUR PRODUK, DAN ACCESSIBILITY
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PRODUK KARTU SELULER**

*(The Influence of Product Image, Product Feature and Accessibility
Toward Brand Loyalty of Cellular Card Product)*



Disusun Oleh:

PUJI REKNO WULANDARI

20040410019

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2008

**PENGARUH CITRA PRODUK, FITUR PRODUK, DAN ACCESSIBILITY
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PRODUK KARTU SELULER**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

PUJI REKNO WULANDARI

20040410019

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2008

SKRIPSI

PENGARUH CITRA PRODUK, FITUR PRODUK, DAN ACCESSIBILITY
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PRODUK KARTU SELULER

Diajukan oleh:

PUJI REKNO WULANDARI

20040410019

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Sutrisno Wibowo, SE, MM
NIK: 143 030

Tanggal: 5 Januari 2009

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Puji Rekno Wulandari

Nomor Mahasiswa : 20040410019

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “Pengaruh Citra Produk, Fitur Produk dan Accessibility Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Kartu Seluler” tidak pernah terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan 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. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 4 Januari 2009

Puji Rekno Wulandari

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara citra produk, fitur produk dan accessibility terhadap loyalitas merek pada produk kartu seluler. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Penelitian ini menggunakan 100 responden pelajar/mahasiswa. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa citra produk, fitur produk dan accessibility memberikan pengaruh kepada loyalitas merek sebesar 12,8%, sedangkan 87,2% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Dari penelitian tersebut juga dapat diketahui bahwa citra produk dan fitur produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek pada kartu seluler. Accessibility tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek pada kartu seluler.

Kata kunci: loyalitas merek, citra produk, fitur produk, *accessibility*.

ABSTRACT

This research aims to know the influence among product image, feature of product and accessibility toward brand loyalty of cellular card product. The data which is used is primary data that coming from the source directly by spreading questionnaire to respondent. This research uses 100 respondents of student/university student. Data analyze of this research is the technique of double regression analyze.

The result of this research is showing that product image, product fitur, and accessibility affect to 12,8% brand loyalty, then the other 87,2% is influenced by other variable outside the model. From the research is also known that product image and product feature partially have influence significantly toward brand loyalty to cellular card. Accessibility is not influenced to brand loyalty of cellular card.

Keywords: brand loyalty, product image, product feature, and accessibility.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan jalan, rahmat dan karunia-Nya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Produk, Fitur Produk dan Accessibility Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Kartu Seluler”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan pada perusahaan kartu seluler untuk lebih memperhatikan faktor-faktor dalam mempertahankan loyalitas merek bagi konsumennya, dengan mengingat loyalitas merupakan asset jangka panjang bagi suatu perusahaan. Di samping itu, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan masukan bagi penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan studi.
2. Ibu Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE.,MM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan kesabaran dan dukungannya dalam memberikan masukan dan bimbingan kepada penulis selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Orang tua dan seluruh kerabat yang senantiasa memberikan dorongannya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Semua pihak yang telah mendukung, memberikan bantuan, semangat dan perhatiannya kepada penulis dalam proses penyelesaian karya tulis (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan karya tulis ini. Oleh karena itu kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk lebih menyempurnakan karya tulis dengan menggunakan topik ini.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
INTISARI.....	x
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Perilaku Konsumen.....	6
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	6

b. Model Perilaku Konsumen.....	8
c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Kondumen.....	9
d. Tipe Perilaku Pembelian Konsumen.....	12
e. Proses Pengambilan Keputusan.....	14
2. Pengertian Citra Produk.....	15
3. Merek.....	16
a. Pengertian Merek.....	16
b. Cara Membangun Merek.....	20
c. Ekuitas Merek.....	21
d. Perpindahan Merek.....	31
B. Penelitian Terdahulu.....	33
C. Hipotesis.....	35
D. Model Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	38
B. Jenis Data.....	38
C. Teknik Pengumpulan Data.....	39
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	39
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
F. Uji Kualitas Instrumen	42
G. Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Subyek dan Obyek Penelitian.....	48

B. Deskripsi Profil Responden.....	72
C. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	76
D. Pengujian Hipotesis dan Teknik Analisis.....	78
E. Pembahasan.....	83
BAB V KESIMPULAN, SARAN, dan KETERBATASAN.....	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	86
C. Keterbatasan.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88

DAFTAR TABEL

Jumlah Sekolah Menurut Tingkatan Sekolah dan Kabupaten/Kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.....	53
Jumlah Sekolah dan Pelajar SMU Negeri Menurut Kabupaten/Kota di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.....	54
Jumlah Sekolah dan Pelajar SMU Swasta Menurut Kabupaten/Kota di Propinsi Dearah Istimewa Yogyakarta.....	55
Jumlah Sekolah dan Pelajar SNK (Negeri + Swasta) Menurut Kabupaten/Kota di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.....	56
Jumlah Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Negeri di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.....	57
Jumlah Mahasiswa Menurut Jenis Perguruan Tinggi Swasta di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.....	58
Sampel dan Tingkat Pengembalian.....	73
Jenis Kelamin Responden.....	73
Usia Responden.....	74
4.10 Status Responden.....	75
4.11 Pendapatan/Uang Saku Responden.....	75
4.12 Hasil Uji Validitas.....	77
4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	78
4.14 Analisis Regresi.....	79
4.15 Uji F.....	80

4.16 Uji t.....	81
4.17 Koefisien Determinasi.....	82

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Perilaku Pembelian	9
2.2 Empat Tipe Perilaku Pembelian.....	13
2.3 Konsep <i>Brand Equity</i>	22
2.4 Piramida <i>Brand Awareness</i>	23
2.5 Piramida Loyalitas.....	28
2.6 Struktur Pasar Pembelian Ulang dan Perpindahan Merek.....	32
2.7 Model Penelitian.....	36