

**ANALISIS PENGARUH KESESUAIAN CITRA DIRI
TERHADAP KESUKAAN MEREK DAN KEPUASAN
KONSUMEN PADA PRODUK LAPTOP**

*ANALYSIS INFLUENCE OF SELF IMAGE CONGRUENCE BRAND ON
PREFERENCE AND CUSTOMER SATISFACTION ON NOTEBOOK OF
SONY VAIO*

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh
gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi,
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Survo Cahyo Handoko

20040410096

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2009

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KESESUAIAN CITRA DIRI TERHADAP KESUKAAN MEREK DAN
KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK LAPTOP "SONY VAIO"**

***ANALYSIS INFLUENCE OF SELF IMAGE CONGRUENCE BRAND ON PREFERENCE AND CUSTOMER
SATISFACTION AT NOTEBOOK OF SONY VAIO***

Diajukan Oleh:

SURYO CAHYO HANDOKO

20040410096

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pembimbing

Dra. Hasnah Rimiati ,M.Si.

Tanggal

NIK. 143006

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KESESUAIAN CITRA DIRI TERHADAP KESUKAAN MEREK DAN
KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK LAPTOP "SONY VAIO"**

Diajukan oleh

SURYO CAHYO HANDOKO

20040410096

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan

Dewan Penguji Program Studi Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta

Tanggal, 23 Desember 2009

Yang terdiri dari:

Ketua Tim Penguji

Drs. H. Susanto , M.S

Anggota Tim Penguji

Anggota Tim Penguji

Drs. H. Asnawi Asdinardju, M.Si

Fajarwati, SE, M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, SE, M.Si

NIK: 143014

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Suryo Cahyo Handoko

No. Mahasiswa : 20040410096

Menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di 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.

Yogyakarta, 23 Desember 2009

SURYO CAHYO HANDOKO

20040410096

HALAMAN MOTTO

➤ “..... Jadikan sabar dan sholatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya itu berat bagi orang-orang yang khusu” (Q.S Al Baqarah : 45).

➤ *Kemalasan tidak lebih dari kebiasaan beristirahat saat belum letih.*

(Jules Renard)

➤ Seni kehidupan yang terbesar adalah memanfaatkan setiap kesempatan emas yang datang dengan lebih baik, dan mengejar segala kebaikan yang dapat kita raih.

(William James)

➤ Tuhan sudah memberimu pengetahuan, maka dengan cahaya itu engkau tidak hanya menyembah cahaya itu, tetapi engkau juga dapat mengenal dirimu sendiri dalam segala kelemahan dan kekuatan yang engkau miliki. Andai sebuah kemudahan datang lebih awal daripada kesukaran maka yang terjadi adalah kebodohan dan kemalasan

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk :

1. Kedua orang tuaku tercinta
2. Familiku tersayang
3. Alamameterku

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kenikmatan yang tidak dapat dihitung secara matematis, baik kenikmatan jasmani maupun kenikmatan rohani sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga sampai pada Nabi Besar Muhammad SAW. Beliau adalah sebagai nabi akhiruzaman yang telah membawa kita kedalam tata kehidupan yang berberadapan.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul skripsi ini adalah **ANALISIS PENGARUH KESESUAIAN CITRA DIRI TERHADAP KESUKAAN MEREK DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK LAPTOP "SONY VAIO"**

Selanjutnya terima kasih peneliti ucapkan kepada :

1. Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi..
2. Hasnah Rimiati, Dra. , M. Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan dan membimbing penulisan skripsi.
3. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Akhirnya semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti, khususnya dan masyarakat bagi umumnya.

Amin.

THANK'S TO :

- 1. Pertama-tama untuk Allah Great God ever yang telah menemaniku dalam segala perjalanan hidupku, dan Muhammad SAW the Last Prophet yang telah membantu aku menjadi muslim sejak lahir dan sampai mati nanti.**
- 2. Untuk kedua orang tuaku sebagai pemegang saham abadiku, terima kasih telah membuat anakmu menjadi orang yang berguna setidaknya untuk dirinya sendiri.**
- 3. Untuk keluarga besarku yang telah memberikan dorongan yang sangat berarti terutama untuk (alm) eyang kakung dan (alm) eyang putri terima kasih atas sebuah**

petuah yang berharga semoga ananda bisa memegang itu sampai ke anak cucu yang seterusnya.

4. Untuk mama angkat dan para adik-adikku tercinta,walaupun kalian jauh dan tidak bisa memberikan support secara langsung tapi aku yakin semua ini berkat kalian juga.
5. Untuk semua mantan belahan hatiku, terima kasih akhirnya hepi ending terjadi juga walaupun tidak dengan kalian yang telah menemaniku dalam sebuah perjalanan indah semoga kalian mengerti dan bisa menerima semua ini.
6. Untuk seseorang yang jauh disana maaf banget kita tidak bisa menikah tahun 2010 tapi aku yakin kalau jodoh dan kita bisa bersama lagi, aku berjanji akan langsung menikahimu beibh...
7. Buat si merah hitam,kamu sungguh setia banget ma tuanmu yach.... walaupun kamu suka ganti2 ban dan boros bensin tapi aku sayang kamu kuk dan kamu tidak akan aku jual (saat ini gag tau nanti...hehehe)
8. Geng 4 sekawan (petong,penjol,rev,a,wika) plus giant (dimas) saatnya merapatkan barisan kita dan berjuang untuk sebuah kemenangan hingga akhir batas kita.... (halaaah)
9. Buat bandku ZahRa yang menjelma menjadi EleNa maaf banget yach manajer kalian menghilang sejenak tapi nanti kita buat gebrakan untuk music Indonesia... lets Rockin Bro!!!
10. Farm Nation band maaf gitaris kalian vakum bentar hehehe.... oiya mungkin aku bakalan sibuk dah coz aku ditawarin menjadi manajer lagi ma band pendatang baru tapi bukan EleNa lho jadi aku vakum slamanya yap pren.... hehehe maaf banget.
11. Buat maz memet (manajer Shaggy dog),Shaggy dog,the DumbesRockstar(sensen),BlackViolet(arya,arit),Electra(vani,dempul,arde),BrownSugar ,Marapu,SKJ94,RuinsArc(mye),CaptainJack,HND(cah UPN gila),tete Melly Goeslaw dan maz Anton terima kasih telah menjadi produser kami,Endank Sukantie,Vanjava Baraya (Bandung),Hydrant(Bali) pokoknya buat semua temen2 dan maaf yang belum disebut.mari tetap menghentak dan lawan melayu band.
12. Buat bowo,three tower (tiwi,sari and ance),kodok ijo(pram),manajer pecundang FC(suryo),Duo south mountain (jaka and dadang),ki Jambrong "fajar",pak dewan yang tertunda "kuswantoro",pria telat fashion "mamedz",arca magelang yang bergerak ada endro dan dendy,tante yang cuantik tapi uun "eka",uji,brahma tempatnya skripsi,sang

dewa19“hanif”,Iwed,Diana,Yuni,Riana,Novrina,Gondel,Edrez,peggila bola
Hendry,Pryan,Ika,Rendra dan istri Dika hehehe,Indri mimio,Nazli anak haram,Eko
03,Bowo 03 ojo rusak trus pikiranmu dan semua yang tidak bisa disebut kalian benar2
teman sejatiku..... thanks for All

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| HALAMAN MOTO | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| INTISARI..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL | ivx |
| DAFTAR GAMBAR..... | vx |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Masalah Penelitian | 4 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| A. Landasan Teori..... | 7 |

| | | |
|--|--|----|
| 1. | Kesesuaian Citra Diri..... | 7 |
| 2. | Kesukaan Merek..... | 8 |
| 3. | Kepuasan Konsumen (<i>Consume Satisfaction</i>)..... | 10 |
| B. | Hipotesis | 15 |
| C. | Model Penelitian..... | 19 |
| BAB III METODA PENELITIAN | | 20 |
| A. | Obyek dan Subyek Penelitan | 20 |
| B. | Jenis Data | 20 |
| C. | Teknik Pengambilan Sampel..... | 21 |
| D. | Definisi Operasional Variabel | 22 |
| E. | Uji Instrumen Kualitas | 30 |
| F. | Analisis Data dan Uji Hipotesis | 32 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 39 |
| A. | Gambaran Umum Subyek dan Subyek Penelitian..... | 39 |
| B. | Uji Validitas dan Reliabilitas | 48 |
| C. | Deskripsi Karakteristik Responden..... | 50 |
| D. | Analisis Hasil Penelitian dan Hipotesis..... | 55 |
| E. | Pembahasan..... | 65 |
| BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN..... | | 72 |
| A. | Simpulan | 72 |
| B. | Saran | 73 |
| C. | Keterbatasan Penelitian | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 75 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 4.1. | Hasil Uji Validitas | 48 |
| Tabel 4.2. | Hasil Uji Reliabilitas | 49 |
| Tabel 4.3. | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 50 |
| Tabel 4.4. | Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas | 51 |
| Tabel 4.5. | Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kesesuaian Citra Diri Terhadap Kesukaan Merek | 56 |
| Tabel 4.6. | Hasil Pengujian Koefisien Determinasi..... | 58 |
| Tabel 4.7. | Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kesesuaian Citra Diri Terhadap Kepuasan Konsumen | 59 |
| Tabel 4.8. | Hasil Pengujian Koefisien Determinasi..... | 61 |
| Tabel 4.9. | Hasil Analisis MANOVA..... | 64 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------------------------|----|
| Gambar 2.1. Model Penelitian | 19 |
|------------------------------------|----|

INTISARI

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh kesesuaian citra diri terhadap kesukaan merek dan kepuasan konsumen pada produk laptop "Sony Vaio" dengan tujuan : Untuk menganalisis pengaruh kesesuaian citra diri terhadap kesukaan merek, untuk menganalisis pengaruh kesesuaian diri terhadap kepuasan konsumen, untuk menganalisis kesesuaian citra diri terhadap kesukaan merek dan kepuasan konsumen.

Obyek penelitian adalah laptop merek Sony Vaio dengan subyek penelitian pada pengguna laptop Sony Vaio yaitu mahasiswa dari semua fakultas yang ada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengambilan sampel Non Probability Sampling dalam bentuk convenience sampling. Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linear Sederhana dan Analisis MANOVA.

Hasil penelitian ini variabel kesesuaian citra berpengaruh signifikan terhadap kesukaan merek, variabel kesesuaian citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima, variabel kesesuaian citra berpengaruh signifikan terhadap kesukaan merek dan kepuasan konsumen dapat diterima.

Kata kunci: kesesuaian citra diri, kesukaan merek dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

This research prove an effect according to image to consumer fasting and customer satisfaction at notebook user of Sony Vaio for goal to analyse influence according to x'self image to brand of preference, analyse influence according to x'self to satisfaction of consumer , analyse according to x'self image to brand of preference and satisfaction of consumer

This research for object research is notebook user of Sony Vaio with subjec customer at faculty of Muhammadiyah University of Yogyakarta. Date for research is primer date with Non Probability Sampling technique in convenience sampling. For analyze date with regresion linear and MANOVA analyze.

Result of this research indicate variable according to image have an effect on signifikan to brand of preference can be accepted, variable according to image have an effect on signifikan to satisfaction of consumer can be accepted, variable according to image have an effect on signifikan to brand of preference and satisfaction of consumer can be accepted.

***Keyword: according to x'self image, brand of preference and satisfaction of
consumer***