

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS MEREK
(Penelitian Pada Pasta Gigi Pepsodent)**

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

**Dwi Nur Kholis
2000 041 0381**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2006**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS MEREK
(Penelitian Pada Pasta Gigi Pepsodent)**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**Dwi Nur Kholis
2000 041 0381**

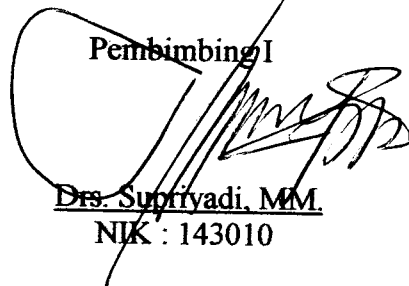
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2006**

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI LOYALITAS MEREK
(Penelitian Pada Pasta Gigi Pepsodent)

Diajukan oleh :

DWI NUR KHOLIS
20000410381

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Dr. Supriyadi, MM.
NIK : 143010

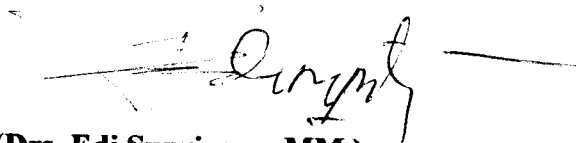
Tanggal, 1 Februari 2006

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI LOYALITAS MEREK
(Penelitian Pada Pasta Gigi Pepsodent)

Diajukan oleh :

DWI NUR KHOLIS
20000410381

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 25 Februari 2006
Yang terdiri dari



(Drs. Edi Supriyono, MM.)
Ketua Tim Penguji



(Misbahul Anwar, S.E., M.Si.)
Anggota Tim Penguji



(Faujiyah, S.E., M.Si.)
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



(Misbahul Anwar, S.E., 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

Dwi Nur Kholis

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum wr.wb.

Segala puji hanya milik Allah SWT, Tuhan semesta alam yang tak henti-hentinya mencurahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada baginda Rasulullah SAW, manusia sempurna yang menjadi suri teladan bagi kehidupan umat Islam khususnya dan umat manusia pada umumnya.

Rasa syukur dan ucapan terima kasih yang paling dalam penulis haturkan kepada kedua orang tuaku, atas segala do'a, pengorbanan, serta curahan kasih sayang yang tak henti-hentinya sehingga membuat penulis bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan senantiasa membukakan pintu surga bagi mereka berdua.

Tak lupa penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Supriyadi, MM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah rela mencurahkan waktunya untuk memberikan pengarahan, masukan serta koreksi atas kesalahan-kesalahan penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Ibu Hj. Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik.

4. Pihak-pihak yang telah membantu dan tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, semoga segala bantuan dan kebaikan yang kalian berikan mendapat balasan yang berlipat dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, tetapi penulis berharap semoga masih ada manfaat yang bisa diambil dari skripsi ini, Amiin.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, Januari 2006

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTISARI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	2
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Landasan Teori	5
B. Definisi loyalitas merek	5

C. Konsep loyalitas pelanggan	6
D. Kepercayaan terhadap merek	11
E. Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek	17
F. Penelitian Terdahulu	17
G. Hipotesis	18
H. Model Penelitian	19
BAB III METODA PENELITIAN	20
A. Subyek Penelitian	20
B. Teknik Pengambilan Sampel	20
C. Jenis Data	21
D. Teknik Pengumpulan Data	21
E. Definisi Operasional Variabel	21
F. Uji Kualitas Instrumen	23
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	27
B. Gambaran Umum Pasta Gigi Pepsodent	29
C. Hasil Survey	31
D. Hasil Uji Kualitas Instrumen	33
E. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	35
F. Pembahasan	40
BAB V SIMPULAN, SARAN, dan KETERBATASAN MASALAH ...	43
A. Simpulan	43

B. Saran	44
C. Keterbatasan Penelitian	44
DAFTAR PUSTAKA	45

DAFTAR TABEL

2.1. Kategori Loyalitas	7
4.1. Jumlah Mahasiswa Aktif mulai angkatan 1996-2005	28
4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	31
4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan / uang saku per bulan	32
4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan	32
4.5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	33
4.6. Hasil Pengujian Validitas	34
4.7. Hasil Uji Reliabilitas	35
4.8. Uji t	37
4.9. Uji F	39
4.10. Uji R ²	40

DAFTAR GAMBAR

2.1. Empat Tahap Loyalitas	10
2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas merek	12
2.3. Model Penelitian	20

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : KUESIONER	46
LAMPIRAN 2 : HASIL UJI VALIDITAS	48
LAMPIRAN 3 : HASIL UJI RELIABILITAS	51
LAMPIRAN 4 : HASIL UJI REGRESI BERGANDA	54

ABSTRACT

Customer is the most valuable asset for the company and their profitability. The effort to retain a new customer is more expensive than maintain existing customer. On the other hand, customer is very important to develop the company. For example, if the customer dislike or they have no trust is related to company's image and credibility and the product that produce. As a matter of fact, if the attitude and buying behavior would be appeal by it self and finally the customer would be loyal.

The goal of this research is to analyze the factors which influence the brand loyalty. Variable that use analyze the brand loyalty are brand predictability, brand liking, brand competence, brand reputation, and trust in the company. The fifth variables due to the researsh have been conducted by Hesti (2004). The analysis is refer to the data which obtain from the questionnaire. A queastionnaire gave to the people which use Pepsodent tooth paste. This research uses purposive sampling, convenience sampling and also uses SPSS 11.0 version to test the hypotheses.

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

Keyword : *loyalty, customer, brand.*

INTISARI

Pelanggan merupakan aset yang sangat berharga bagi kelangsungan hidup dan profitabilitas perusahaan. Upaya untuk memperoleh atau menarik pelanggan baru akan lebih mahal daripada memelihara pelanggan yang sudah ada. Dengan kata lain tumbuh kembangnya suatu perusahaan tergantung pada konsumennya. Bila konsumen tidak mempunyai atau tidak percaya kepada perusahaan, maka konsumen tidak akan membeli produk tersebut. Hal ini berkaitan dengan citra dan kredibilitas perusahaan dan produk yang dihasilkannya. Sebaliknya, bila produk tersebut disukai dan dipercayai oleh pelanggan, maka akan muncul sikap dan perilaku pembelian, sehingga akan timbul sikap untuk melakukan pembelian ulang dan pada akhirnya akan timbul sikap loyal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas merek. Variabel yang digunakan untuk mengetahui loyalitas merek tersebut adalah *brand predictability*, *brand liking*, *brand competence*, *brand reputation*, dan *trust in the company*. Kelima variabel tersebut mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Hesti (2004). Analisis didasarkan pada data yang diperoleh dari responden penelitian yang dikumpulkan melalui kuisisioner. Kuisisioner disebarikan pada responden yang menggunakan pasta gigi Pepsodent. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan *convenience sampling*. Untuk menguji hipotesis peneliti menggunakan regresi linier berganda yang dibantu dengan menggunakan program SPSS 11.0.

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

Kata kunci : *loyalitas, pelanggan, merek*.