

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(Survey Pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha Non Matic)**

**ANALYZE INFLUENCE DIFFERENT STRATEGY PRODUCT AT
LOYALTY CUSTOMER
(Survey in Customer Yamaha Motorcycle Non Matic)**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

RIVAN HARI NURSETIAWAN
20040410146

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM MANAJEMEN**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

**” ANALISIS PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN”**

(Survey Pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha Non Matic)

**ANALYZE INFLUENCE DIFFERENT STRATEGY PRODUCT AT LOYALITY
CUSTOMER**

(Survey in Customer Yamaha Motorcycle Non Matic)

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:

Rivan Hari NurSetiawan
20040410146

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2008

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI DIFERENSASI PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(Survey Pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha Non Matic)**


Diajukan oleh :

RIVAN HARI NURSETIAWAN

20040410146

Yogyakarta, Desember 2008

Telah disetujui Dosen Pembimbing



Dra. Hasnah Rimivati.. M.Si

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH STRATEGI DIFERENSASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

(Survey Pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha Non Matic)

Diajukan oleh

RIVAN HARI NURSETIAWAN

20040410146

Skripsi ini telah dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 22 Desember 2008

Yang terdiri dari


Dra. Hasnah Rimiati, M.Si
Ketua Tim Penguji


Misbahul Anwar, SE, M.Si
Anggota Tim Penguji


Drs. Edi Supriyono, SE., MM
Anggota Tim Penguji

PERNYATAAN

Dengan ini saya 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 dicantumkan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Jadilah Terang Jangan Di Tempat Yang Terang

Sederhana Dalam Sikap Kaya Akan Karya

*Membah Ancaman Menjadi Peluang
Dengan niat Bismillah, Pasti Hasilnya Allahmudulillah*

MOTTO

PERSEMBAHAN

MATUR NUWUN KAGEM :

- Allah SWT, yang telah membeberikan ku kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini dan memberikan kemudahan dalam menjalani hidup ini. Thanks God...
- Nabi Besar Muhammad SAW dan Al - Qur'an nya yang telah membuka rahasia kehidupan ini.
- Papah & Mamah yang ku sayangi, terima kasih atas dukungan dan do'a nya selama ini, Kau inspirasiku untuk bergerak maju, dan akhirnya aku lulus juga.
- Adik - adikku Rizka & Rizki thanks atas dukungan selama ini.
- Kakek & Nenek ku di Sleman & di Bantul Matur Nuwun atas persinggahanku selama ini, aku telah merepotkanmu.
- Keluarga besar dan teman - teman Kost Padi (Bahtiar, Roy, Mas Noren, Imron, Mas Otong, Wawan, Pak Is, Gendut, Yogi, Edy, Kipil, Dll) Sorry yang lain tidak bisa di sebutkan tetapi kalian tetap ada di hatiku. Aku beruntung menemukan kalian.
- Teman - Teman Kampus Manajemen Kelas C 2004.
- Padi FC, ayo terus berjuang..!!!! buktikan kita tim Terbaik.
- Pecundang FC,(Koko Tambun, Idriz, Hendry, Sikembar dadang & Jaka, Rendra, Sang Manajer Suryo, andi yoga, Bowo Laziale, Imron kiper dan semua pemain cadangan....(Hajar terus lawan2 mu, kita pasti juara & pertahankan Prestasi yang kita dapat selama ini, Ok Brow....!!!!).
- No..Punggung ku 13, Kau telah memotivasi ku untuk mencetak goal...He.he..he...!!!

- Imron SE, wawan SE, Komeng, Ipul SE & Yudi SE Thanks atas pertemanannya selama ini, Ayo terus berjuang...!!!
- Mas Fatur terima kasih banyak atas bantuan olah datanya.
- Winning Eleven dan PS2 nya kau telah memebuatku bahagia.....!!!!
- Honda Grand Impresa 2000 " F 5782 F " yang selalu setia menemaniku melangkah dan mengantarku mengelilingi dunia ini.
- Alumni SMAN 2 Smavo Cibinong Bogor 2004, akhirnya gw bisa ngumpul lagi bareng lw semua...
- Dan untuk diriku sendiri " Aku yang Menentukan Arah Kehidupan ini ".

Karya Kecil ini Kupersembahkan Khusus Untuk :

Papah & Mamah Ku tercinta

Dan Keluarga Besarku yang Telah

Mendukung dengan sepenuh hati,

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, tiada kata yang paling indah selain Alhamdulillah karena sampai detik ini masih diberikan kesempatan dan kesehatan sehingga bisa menyelesaikan penulisan skripsi. Sholawat serta salam semoga sampai pada Nabi Besar Muhammad SAW. Beliaulah sebagai nabi akhiruzzaman 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 STRATEGI DIFERENSASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Survey Pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha Non Matic).

Selanjutnya terima kasih kami ucapkan kepada :

1. Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Punang Amaripuja., ST., SE., M.IT
3. Dra. Hasnah Rimiyati., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Civitas akademika Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis sadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu,

penulis minta kritikan yang membangun sehingga skripsi ini mendekati

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

Yogyakarta, November 2008

Divan Hari Nursatiawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI.....	xv
ABSTRAKSI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
1. Diferensiasi Produk.....	9
2. Strategi Diferensiasi Produk.....	13

3.	Strategi Menjadi pemimpin pasar dan mempertahankan konsumen melalui Diferensiasi	14
4.	Cara Melakukan Diferensiasi Yang Berorientasi Pada menciptakan kesetiaan Pelanggan.....	15
5.	Perilaku Konsumen (<i>Customer Behavior</i>)	17
6.	Loyalitas Konsumen.....	27
7.	Memperoleh Keunggulan Kompetitif Melalui Hubungan Konsumen	34
B.	Penelitian Terdahulu Dan Penurunan Hipotesis	36
1.	Penelitian Terdahulu	36
2.	Penurunan Hipotesis	38
C.	Kerangka Penelitian.....	39
BAB III METODELOGI PENELITIAN		40
A.	Obyek dan Subyek Penelitian.....	40
1.	Obyek Penelitian	40
2.	Subyek Penelitian.....	40
B.	Jenis Data.....	40
C.	Teknik Pengambilan Sampel	41
D.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	42
1.	Identifikasi Variabel.....	42
2.	Pengukuran Variabel	43
3.	Skala Pengukuran.....	46
E.	Uji Kualitas Instrumen.....	47
1.	Uji Validitas	47
2.	Uji Reliabilitas	48

F. Analisis Data dan uji Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Uji Kualitas Instrumen.....	55
1. Uji Validitas	55
2. Uji Reliabilitas	56
B. Analisis Deskriptif.....	57
1. Responden Berdasar Pada Fakultas	57
2. Responden Berdasar pada jenis kelamin.....	58
3. Responden Berdasar pada usia.....	59
4. Responden Berdasarkan Lama Menggunakan.....	60
5. Responden Berdasar pada Pembelian Ulang	61
C. Analisis Kuantitatif.....	61
1. Regresi Berganda.....	61
2. Uji F (Uji Signifikansi)	63
3. Uji t (Uji parsial).....	65
4. Adjusted R ² (R Square)	67
5. Koefisien Beta (Variabel Dominan)	67
D. Pembahasan	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Hasil Uji Validitas Variabel Independen dan Dependen 143 Responden.....	55
Tabel 4.2.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen 143 Responden.....	57
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	57
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pada Jenis Kelamin .	58
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Berdasar Usia.....	59
Tabel 4.6.	Karakteristik Responden Berdasar Lama Menggunakan	60
Tabel 4.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Ulang	61
Tabel 4.8.	Hasil Analisis Regresi Berganda	62
Tabel 4.9.	ANOVA.....	64
Tabel 4.10.	Model Summary	67
Tabel 4.11.	Koeffisien Beta	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian

20