

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESETIAAN MEREK**

**PADA KONSUMEN SHAMPO CLEAR**

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

***FACTORS INFLUENCE TO BRAND LOYALTY***

***AT SHAMPOO CONSUMER CLEAR***

*(Case Study the Student Muhammadiyah Yogyakarta University)*

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

**BUDI SUTHANA**

**20030410094**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2008**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESETIAAN MEREK  
PADA KONSUMEN SHAMPO CLEAR**

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

***FACTORS INFLUENCE TO BRAND LOYALTY  
AT SHAMPOO CONSUMER CLEAR***

*(Case Study the Student Muhammadiyah Yogyakarta University)*

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh:**

**BUDI SUTIHANA  
20030410094**

**FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2008**

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESETIAAN  
MEREK PADA KONSUMEN SHAMPO CLEAR**



Pembimbing

Drs. Ansnawi Asdinardju, M.Si.  
NIK : 143 028

Tanggal: 6 Agustus 2008

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESETIAAN  
MEREK PADA KONSUMEN SHAMPO CLEAR**

Diajukan oleh

**BUDI SUTIHANA**

**20030410094**

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

Tanggal 19 September 2008

Yang terdiri dari

Misbachul Anwar, S.E., M.Si  
Ketua Tim Penguji



Drs. Ansnawi Asdinardju, M.Si.  
Anggota Tim Penguji

Meika Kurnia Puji, S.E., M.Si.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbachul Anwar, S.E., M.Si  
NIK 143 014

## **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,

**BUDI SUTIHANA**

## **HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO:**

Allah akan menaikkan orang-orang yang beriman dari kamu dan orang-orang dari kamu yang berilmu dengan beberapa derajat.

(Q.S: Mujadalah, 11)

Sebaik-baiknya manusia bermanfaat bagi manusia yang lain

(Hadist Rasul)

Kesabaran yang sejati adalah ketika kamu memaafkan seseorang yang bersikap sangat buruk terhadapmu dan menentangmu, sementara kamu mempunyai kemampuan untuk membalasa dendam kepadanya.

(Hadist Riwayat Rasul)

### **SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK:**

Kedua orang tuaku tercinta

Istri dan Anakku tercinta

Kakak dan adiku tersayang

Almamaterku

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang meliputi *satisfaction*, *habitual behavior*, *commitment* dan *liking of the brand* terhadap kesetiaan merek (*brand loyalty*) pada konsumen shampo clear Mahasiswa Universitas Muhammadiyah di Yogyakarta.

Populasi adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pemakai shampo clear. Pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* dan *accidental sampling*.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel *satisfaction*, *commitment*, *liking of the brand* terhadap kesetiaan merek (*brand loyalty*) dalam memakai shampo clear. Hal ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 yaitu variabel *satisfaction* sebesar 0,000, variabel *commitment* sebesar 0,003 dan variabel *liking of the brand* sebesar 0,000 . Sedangkan variabel *habitual behavior* terhadap kesetiaan merek (*brand loyalty*). Hal ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang berada di atas 0,05 yaitu 0,292. R square *adjusted* sebesar 0,630, Hal ini menunjukkan bahwa 63% variasi kesetiaan merek (*brand loyalty*) dijelaskan oleh variabel *satisfaction*, *habitual behavior*, *commitment* dan *liking of the brand*. Sedangkan sisanya sebesar 27 % dijelaskan oleh variabel yang lain.

Kata Kunci: *satisfaction*, *habitual behavior*, *commitment*, *liking of the brand*, *brand loyalty*

## ABSTRACT

*This research aim to know factors influence covering satisfaction, habitual behavior, commitment and liking of the brand to brand loyalty at shampoo consumer clear Student Muhammadiyah Yogyakarta University.*

*Population is student Muhammadiyah Yogyakarta University shampoo user/clear. Sampling method with method purposive sampling and accidental sampling.*

*Examination result indicate that is influence which signifikan variable satisfaction, commitment, liking of the brand to brand loyalty in wearing shampoo clear. The shown with value which below 0,05 that is variable satisfaction equal to 0,000, variable commitment equal to 0,003 and variable liking of the brand equal to 0,000 . While variable habitual behavior to brand loyalty. The shown with value which above 0,05 that is 0,292. R square adjusted equal to 0,630, This thing indicate that 63% various brand loyalty explained by variable satisfaction, habitual behavior, commitment and liking of the brand. While the rest equal to 27 % explained by other variable.*

*Keyword: satisfaction, habitual behavior, commitment, liking of the brand, brand loyalty*



## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas rahmatnya dan karunia-Nya. Sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul “ Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan Merek pada Konsumen Shampoo Clear” (Studi kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah yogyakarta) ini adalah salah satu syarat memperoleh gelar sarjana S-1 Fakultas Ekonomi ilmu manajemen UMY. Berbagai macam pencarian ide, gagasan, berfikir sampai pada akhirnya menemukan titik temu adalah proses panjang dari penyusunan skripsi ini. Semua ini dilakukan bukan hanya untuk menyelesaikan skripsi dalam bentuk fisik saja, tetapi lebih untuk menjawab segala pertanyaan yang berkembang dalam konsep dan teori yang menjadi acuan dalam topic penelitian. Dengan demikian, penyusunan skripsi tidak hanya terbatas sebagai syarat kelulusan saja, tetapi untuk memenuhi jangkauan maupun kualitas sebagai kepuasan berkarya.

Keberhasilan menyelesaikan karya kecil ini tidak terlepas dari dukungan moral maupun teknis, serta banyak terima kasih dan do'a dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Misbachul Anwar, M.Si, selaku ketua jurusan ekonomi Unifersitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Drs. Asnawi Asdinarju, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu untuk membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Meika Kurnia Puji, S.E.,M.Si, selaku penguji yang telah memberikan koreksi pada skripsi ini.
4. Bapak dan Ibuku tercinta. Bpk H. Wargono dan Ibu Hj. Duhaeti atas do'a yang senantiasa mereka panjatkan dan sujud-sujud panjang, serta kasih sayang, dorongan, pengorbanan, baik moral maupun material dan kesabarannya menunggu menyelesaikan skripsi ini.
5. Istiku termmmuah dan tersayang terima kasih atas dorongannya, kesetiaannya, do'a-do'anya motivasinya semoga Allah SWT senantiasa mendengarkan do'a kita dan menjadi keluarga yang sakinah, mawadah, warohmah. Amin
6. Anaku tergantung, yang ngangenin, Danin Mubarak yang setiap malam menjadi teman mainku. Jadilah anak yang sholeh yang berbakti pada kedua orang tua selalu sujud dan bersyukur pada Allah SWT.

7. Trima kasih Too Mas Marno yang selalu menjadi penasehat dan pembimbing yang baik selama ini semoga segala amalnya dan ibadahnya diterima Allah SWT. Amin
8. Sodaraku dan sekaligus teman dekat yaitu Tubin Mafudin, Taryanto, Asep, Opan, Mukhlisin Band, Nurul.N Tanks atas pengorbanannya dan dukungannya yaa....
9. Tanks banget too Boss Sumaryo, ( YAYO), Alam( PT.eling menduwur) atas kesetiaan menemani ujian sampai selesai.
10. Tanks banget buat sahabatku karibku Yopi dan istri yang selalu mendukungku selama ini baik dukungan secara fisik maupun materi. Tanks ya.....Sobat
11. Tanks too.... Teman-teman KKN ku Lilik., Erna , Fitriada (kondom), Yayo, Wibi, Lia, Sandi. Kapan keh maring PLERED ning umah Pak dukuh and Pak RT maning?
12. Kawan-kawanku Hengky ( kacunk ), Budi (budeng), Reza , Pendi, Ozzy (Tegal) Aryana, Sonny dan banyak lagi, yang ngerasa belum lulus yang sabar ya pasti kamu bisa ko.....OK
13. Temen-temen skripsiku Decky, Herry banjar, Joko, Hery, Tiko, Nita, dan lain-lain klalen arane.
14. Temen-temenku yang selalu mendukungku Rudi ( Boll), Bapa Adim, Toha( paul) Otong aziz, Wiryono, Batuk tanks too rongginangnya, Sarwin, Oji (pilak), Riyanto (togog), Tiwan, Ramaon, Sardut dll pokoke tanks..... banget ya.

Yogyakarta 19 September 2008

Budi Sutihana

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>INTISARI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I        PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Mamfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II        TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Pengertian <i>Brand Loyalty</i> .....	6
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan merek.....	7
3. Tingkat <i>Brand Loyalty</i> .....	8

	B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	13
	C. Hipotesis Penelitian .....	14
	D. Model Penelitian.....	14
<b>BAB III</b>	<b>METODA PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
	A. Subyek dan Obyek Penelitian.....	16
	B. Jenis Data.....	16
	C. Teknik Pengambilan Sampel .....	16
	D. Teknik Pengumpulan data.....	17
	E. Definisi Operasional Varabel Penelitian.....	18
	F. Uji Kualitas Instrumen.....	19
	G. Alat Analisa.....	21
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>25</b>
	A. Gambaran Umum Obyek .....	25
	B. Subyek Penelitian.....	28
	C. Uji Kevalidan Instrumen.....	31
	1. Uji Validitas.....	24
	2. Uji Reliabilitas.....	34
	D. Analisis Diskriptif.....	35
	E. Hasil Penelitian.....	35
	F. Pengujian Hipotesis.....	37
	G. Pembahasan.....	41

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.</b>	<b>46</b>
	A. Kesimpulan.....	46
	B. Keterbatasan Penelitian.....	47
	C. Saran.....	47
	D. Keterbatasan .....	47

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

4.1 Hasil Penyebaran Koesioner.....	28
4.2 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	29
4.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	29
4.4 Karakteristik responden berdasarkan Uang Saku... ..	30
4.5 Karakteristik responden berdasarkan Fakultas.....	30
4.6 Uji Validitas Variabel <i>Satisfaction</i> .....	31
4.7 Uji Validitas Variabel <i>Habitual Behavio</i> .....	32
4.8 Uji Validitas Variabel <i>Commitment</i> .....	32
4.9 Uji Validitas Variabel <i>Liking the Brand</i> .....	33
4.10 Uji Validitas Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	33
4.11 Uji Reliabilitas.....	34
4.12 Hasil Deskriptif Statistik.....	35
4.13 Hasil Uji Regresi.....	36
4.14 Nilai R Square Adjusted.....	37
4.15 Uji F.....	38

## DAFTAR TABEL

2.1 Gambar Model Penelitian.....	15
----------------------------------	----