

**ANALISIS LOYALITAS MERK TERHADAP
PRODUK SHAMPO PANTENE**
(Survey pada Kelurahan Karang Rejo Kecamatan Karang Rejo
Kabupaten Magetan)

Skripsi



mandala

No. Dik	068
No. Dis	11 5 DEC 2004
No. Peng	2003/Mlan/Ang/a
No. Peng	16 Des 2004

Disusun Oleh :

NAMA : VIVIN DIAN ANGGRAINI
NIM : 51499060
NIRM : 99.7.115.13021.07503

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA MADIUN
2003**

**ANALISIS LOYALITAS MERK TERHADAP
PRODUK SHAMPO PANTENE**
(Survey pada Kelurahan Karang Rejo Kecamatan Karang Rejo
Kabupaten Magetan)

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi sebagai Tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Mandala
Madiun

Disusun Oleh :

NAMA : VIVIN DIAN ANGGRAINI
NIM : 51499060
NIRM : 99.7.115.13021.07503

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA MADIUN
2003**

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.


Madiun, 18 November 2003

Disetujui dan diterima baik oleh

Pembimbing I

(Drs. A. Doedyk Setiyawan, M.M)

Pembimbing II

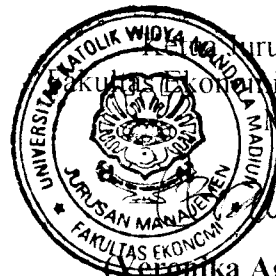

(Veronika Agustini, S.M, S.E.)

Mengetahui

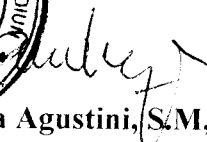


Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandala
Madiun

(Drs. A. Doedyk Setiyawan, M.M)



Dekan Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala
Madiun


(Veronika Agustini, S.M, S.E.)

HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Madiun, 18 November 2003

Tim Penguji Skripsi

1. Drs. A. Doedyk Setiyawan, M.M. (.....)
Ketua
2. Dra. Dyah Kurniawati (.....)
Anggota
3. Veronika Agustini, S.M, S.E. (.....)
Anggota

MOTTO DAN PESEMBAHAN

“Mata adalah pelita tubuh. Jika matamu baik, teranglah seluruh tubuhmu. Jika matamu jahat, gelaplah seluruh tubuhmu. Jadi jika terang yang ada padamu gelap, betapa gelapnya kegelapan itu”.

(Matius, pasal 6 ayat 22 – 23)

Penulis persembahkan kepada :

Jesus Christ, Ayah dan Bunda tercinta, serta adinda tersayang yang telah memberikan doa, dorongan dan semangat untuk menyelesaikan studi.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat serta petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Analisis Loyalitas Merk Terhadap Produk Shampo Pantene”

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S-1) di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tentu saja tidak lepas dari semua bantuan yang telah diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini tidak lupa penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Yth. Bapak Drs. A. Doedyk Setiyawan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
2. Yth. Bapak Drs. A. Doedyk Setiyawan, M.M dan Ibu Veronika Agustini, S.M, S.E. masing-masing selaku dosen pembimbing I dan II yang telah memberikan petunjuk dan pengarahan di dalam penyusunan skripsi ini.
3. Yth. Bapak dan Ibu dosen beserta Staf Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang telah mendidik dan membimbing penulis selama studi di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
4. Yth. Bapak Bambang Soetedjo, S.Sos selaku Lurah di Kelurahan Karangrejo, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Magetan yang telah memberikan kemudahan selama mengadakan penelitian bagi penulis.

5. Sahabat-sahabatku, Anie Sebayang dan Dewi yang senantiasa menemaniku dalam setiap suka dan duka.
6. Rekan-rekan mahasiswa dan semua pihak yang belum sempat penulis sebutkan, yang telah banyak membantu kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai penutup kata, penulis akan sangat berharap semoga tulisan ini bermanfaat bagi pembaca. Penulis menyadari walaupun sudah berusaha sebaik mungkin, namun pasti banyak kekurangannya. Untuk itu saran dan kritik membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini.

Madiun, November 2003

Penulis

Vivin Dian Anggraini

ABSTRAKSI

ANALISIS LOYALITAS MERK TERHADAP

PRODUK SHAMPO PANTENE

(Survey Pada Kelurahan Karangrejo, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Magetan)

VIVIN DIAN ANGGRANI

NIM : 51499060

Masalah yang hendak diteliti jawabannya dalam penelitian ini adalah apakah konsumen mempunyai loyalitas merk terhadap produk shampo Pantene.

Sehubungan dengan masalah tersebut diajukan hipotesis sebagai berikut :
Konsumen di Kelurahan Karangrejo, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Magetan mempunyai loyalitas merk pada produk shampo Pantene.

Sejalan dengan masalah tersebut dan hipotesis penelitian maka penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode *Multiattribute Attitude Model*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa, atribut kualitas produk adalah atribut yang dianggap paling penting oleh konsumen karena mempunyai bobot atau nilai yang paling besar yaitu sebesar 16, sedangkan atribut yang dianggap paling tidak penting oleh konsumen adalah atribut harga jual produk dengan bobot atau nilai sebesar 2. Dari perhitungan sikap konsumen secara keseluruhan (*Ab*) diperoleh nilai sebesar 10,95.

Dari bukti-bukti tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen mempunyai loyalitas merk terhadap produk shampo "Pantene" karena apa yang diinginkan konsumen (*ideal*) ada pada atribut-atribut produk sudah sesuai dengan apa yang diyakini (*belief*) ada pada produk.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut maka diajukan saran-saran bagi perusahaan untuk mempertahankan kualitas produk dan melakukan periklanan atas produk yang lebih gencar.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang Masalah	1
B. Perumusan masalah	3
C. Batasan masalah	3
D. Tujuan dan kegunaan penelitian	4
1. Tujuan penelitian	4
2. Kegunaan penelitian	4
E. Hipotesis	5
F. Kerangka pemikiran	5
G. Metodologi penelitian	7
1. Ruang Lingkup Penelitian	7
2. Variabel Penelitian	7
3. Jenis Data	8
4. Populasi Penelitian	9
5. Teknik Pengumpulan Data	9
6. Uji Validitas Dan Reliabilitas	10

	7. Alat Analisis Data	11
	H. Sistematika Penulisan	13
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	
	A. Perilaku Konsumen	14
	1. Pengertian Perilaku Konsumen	14
	2. Model Perilaku Konsumen	16
	3. Faktor Utama Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ..	17
	B. Proses Pembelian Konsumen	29
	1. Model Proses Pembelian Konsumen	29
	2. Struktur Keputusan Membeli	30
	3. Tahap-Tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan Untuk Membeli	31
	C. Proses Pasca Pembelian	32
	D. Loyalitas Merk	33
	1. Pengertian Loyalitas Merk	33
	2. Pola Loyalitas Merk	34
	3. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Loyalitas Merk	34
	4. Pengukuran Loyalitas Merk	35
	5. <i>Multiattribute Attitude Model</i>	36
BAB III	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
	A. Profil Kelurahan Karangrejo, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Magetan	39
	1. Keadaan Umum	39
	2. Faktor Demografi	40
	3. Sarana Dan Prasarana	44
	4. Struktur Organisasi	47
	B. Profil Responden Kelurahan Karangrejo	52
	1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53

	2. Profil Responden Berdasarkan Usia	53
	3. Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	54
	4. Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan	54
BAB IV	ANALISA DATA	
	A. Tahap Awal Pengukuran Kuesioner	56
	1. Rumus Korelasi <i>Product Moment</i>	58
	2. Rumus Korelasi <i>Spearman Brown</i>	58
	B. Data Responden	60
	C. Analisis Loyalitas Merk	62
	1. Mencari Nilai Belief Rata-Rata Dan Ideal Rata-Rata Masing-Masing Atribut	62
	2. Memberikan Bobot Berdasarkan Tingkat Kepentingan ..	71
	3. Menghitung Nilai Konsep Konsumen Secara Keseluruhan	75
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	78
	B. Saran	80
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL		Halaman
III.1	Luas Wilayah Menurut Penggunaannya Tahun 2002	40
III.2	Jumlah Penduduk Menurut Golongan Usia dan Jenis Kelamin Tahun 2002	41
III.3	Struktur Mata Pencarian Penduduk Tahun 2002	43
III.4	Tingkat Pendidikan Formal Penduduk Tahun 2002	44
III.5	Lembaga Keuangan Tahun 2002	45
III.6	Sarana Pembelanjaan Yang Ada Tahun 2002	45
III.7	Prasarana Pendidikan Formal Tahun 2002	46
III.8	Prasarana Kesehatan Tahun 2002	46
III.9	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
III.10	Profil Responden Berdasarkan Usia	53
III.11	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	54
III.12	Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan	54
IV.1	Analisis Validitas Butir Pertanyaan	59
IV.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
IV.3	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	60
IV.4	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	61
IV.5	Jumlah Responden Berdasarkan Status Pernikahan	61

IV.6	Belief dan Ideal Pada Atribut Komposisi Produk	63
IV.7	<i>Belief dan Ideal</i> Pada Atribut Komposisi Produk	64
IV.8	<i>Belief dan Ideal</i> Pada Atribut Kemasan Produk	65
IV.9	<i>Belief dan Ideal</i> Pada Atribut Efek Menambah Kesegaran Rambut ..	66
IV.10	<i>Belief dan Ideal</i> Pada Atribut Harga Jual	67
IV.11	<i>Belief dan Ideal</i> Pada Atribut Iklan dari produk	68
IV.12	<i>Belief dan Ideal</i> Pada Atribut Ketersediaan di Toko-toko	69
IV.13	Selisih <i>Belief dan Ideal</i> Rata-rata	70
IV.14	Jumlah Responden pada Urutan Tingkat Kepentingan masing- masing Atribut	71
IV.15	Hasil Perkalian dan Urutan Kepentingan Atribut Produk	73
IV.16	Bobot masing-masing Atribut	74

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1.1 Kerangka Pemikiran	6
2.1 Model Perilaku Konsumen	16
2.2 Model Terperinci dari Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku	17
3.1 Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kelurahan Dalam Kabupaten Magetan	48