

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Studi deskriptif mengenai Tipe Loyalitas Konsumen terhadap Air Mineral AQUA pada mahasiswa Universitas “X” Bandung”. Sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian maka rancangan penelitian yang diajukan menggunakan metode deskriptif dengan teknik survei. Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah Loyalitas Konsumen pada mahasiswa pengonsumsi air mineral AQUA di Universitas “X” Bandung.

Penelitian ini dilaksanakan pada populasi responden mahasiswa pengonsumsi air mineral AQUA di Universitas “X” Bandung yang telah mengonsumsi lebih dari 1 tahun dan kost. Jumlah responden pada penelitian ini adalah sebanyak 120 orang.

Penelitian ini menggunakan teori Dick and Basu (1994) mengenai Costumer Loyalty. Alat ukur yang digunakan adalah kuesioner mengenai Loyalitas Konsumen yang dikonstruksi sendiri oleh peneliti yang didasari oleh teori teori Costumer Loyalty dari Dick and Basu (1994). Alat ukur ini terdiri dari 2 dimensi yaitu kesetiaan sikap dan kesetiaan perilaku dengan item berjumlah 23. Penghitungan Validitas dengan Spearman’s Rho menunjukkan, untuk dimensi kesetiaan sikap berkisar antara 0,340 sampai 0,866 dan dimensi kesetiaan perilaku berkisar antara 0,549 sampai 0,770 dan perhitungan reliabilitas menggunakan Alpha Chronbach adalah sebesar 0,964.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan persentase terbesar responden yaitu mahasiswa pengonsumsi air mineral AQUA Universitas “X” yang kost di Bandung memiliki tipe true loyalty sebanyak 50,8% yaitu mahasiswa dengan kesetiaan sikap dan perilaku yang tinggi, kemudian yang memiliki tipe spurious loyalty sebanyak 32,5% yaitu mahasiswa dengan kesetiaan sikap yang rendah namun kesetiaan perilaku tinggi, no loyalty sebanyak 14,2% yaitu mahasiswa dengan kesetiaan sikap serta perilaku yang rendah dan persentase terkecil 2,5% yang memiliki tipe latent loyalty yaitu mahasiswa dengan kesetiaan sikap yang tinggi namun kesetiaan perilaku yang rendah. Sebagian besar mahasiswa dengan tipe true loyalty dipengaruhi oleh faktor brand component.

Saran yang diajukan untuk penelitian selanjutnya adalah meneliti lebih lanjut mengenai faktor Brand Component terhadap tipe loyalitas true loyalty agar melihat gambaran secara lebih jelas kontribusi dari faktor Brand Component. Bagi perusahaan, agar mengkaji lebih dalam mengenai Brand Component, dan mempertahankan kualitas air mineral AQUA, karena hal tersebut efektif mendorong konsumen melakukan pembelian ulang.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masala.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Pikir.....	8
1.6 Asumsi.....	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsumen.....	17
2.1.1 Pengertian konsumen.....	17
2.1.2 Tipe konsumen.....	17
2.1.3 Faktor – faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen.....	17
2.1.4 Jenis- jenis Perilaku Konsumen.....	18
2.1.5 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	20
2.2 Loyalitas konsumen.....	22
2.2.1 Pengertian loyalitas.....	22
2.2.2 Tipe loyalitas.....	22
2.2.3 Dimensi loyalitas.....	23
2.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen.....	24
2.2.5 Keuntungan loyalitas konsumen.....	26
2.3 Masa dewasa awal.....	26
2.3.1 Pengertian dewasa awal.....	26
2.3.2 Ciri-ciri masa dewasa awal.....	27
2.3.3 Tugas perkembangan masa dewasa awal.....	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	30
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	31
3.2.1 Variabel Penelitian.....	31
3.2.2 Definisi Operasional.....	31

3.3	Alat ukur.....	33
3.3.1	Jenis Alat Ukur	33
3.3.2	Prosedur Pengisian.....	34
3.3.3	Sistem penilaian.....	36
3.3.4	Uji Coba Alat Ukur.....	37
3.4	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	37
3.4.1	Validitas Alat Ukur.....	37
3.4.2	Reliabilitas Alat Ukur.....	38
3.5	Populasi sasaran dan teknik sampling.....	39
3.4.1	Populasi Sasaran.....	39
3.4.2	Karakteristik Populasi.....	40
3.4.3	Teknik Penarikan Sampel.....	40
3.6	Teknik Analisis.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Data Hasil Penelitian.....	42
4.2	Pembahasan.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....		xiii
DAFTAR RUJUKAN.....		xiv
LAMPIRAN		

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir.....	15
Bagan 3.1 Prosedur Penelitian.....	30

DAFTAR TABEL

Tabel 3.3 Dimensi, Indikator, Item.....	35
Tabel 4.1 Usia responden.....	42
Tabel 4.2 Tipe loyalitas secara umum.....	43
Tabel 4.3 True loyalty.....	44
Tabel 4.4 Spurious loyalty.....	45
Tabel 4.5 No loyalty.....	46
Tabel 4.6 Latent loyalty.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Alat ukur

Lampiran II Validitas dan reabilitas alat ukur

Lampiran III Tabel dan perhitungan data