

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul suatu penelitian deskriptif mengenai tipe loyalitas kontraktor terhadap paving blok Morotai di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tipe loyalitas kontraktor terhadap paving blok Morotai di Kota Bandar Lampung.

Populasi penelitian ini adalah kontraktor konsumen paving blok Morotai Paving Blok di Kota Bandar Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, menggunakan teknik survey, dan alat ukur kuesioner. Data diolah dengan menggunakan SPSS versi 19. Uji validitas bersifat construct validity dengan menggunakan teknik korelasi Rank Spearman, diperoleh validitas dimensi kesetiaan sikap 0,297 – 0,825 dan dimensi kesetiaan perilaku 0,346 – 0,693. Di samping itu dengan rumus Alpha Cronbach diperoleh reliabilitas 0,729.

Berdasarkan pengolahan data, diperoleh hasil sebanyak 41% kontraktor dengan tipe no loyalty, 35% kontraktor dengan tipe loyalitas true loyalty, 14%. Kontraktor dengan tipe spurious loyalty, dan 10 % kontraktor dengan tipe latent loyalty. Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai faktor yang berkaitan terhadap tipe loyalitas. Melalui penelitian ini diharapkan paving blok Morotai mendapatkan gambaran mengenai tipe loyalitas kontraktor, konsumen paving blok perusahaan tersebut.

ABSTRACT

This study titled a descriptive study about the type of loyalty towards paving contractor Morotai block in the city of Bandar Lampung. This study aims to determine the type of loyalty contractor for paving blocks Morotai in the city of Bandar Lampung.

This study population is contracting consumer paving blocks Paving Blocks Morotai in the city of Bandar Lampung. The method used in this research is descriptive method, using survey techniques, and measuring the questionnaire. The data is processed by using SPSS versi19. Test the validity of construct validity are using Spearman Rank correlation techniques, the validity of the dimensions of loyalty attitude obtained from 0.297 to 0.825 and the dimensions of loyalty behavior of 0.346-0.693. In addition to the formula obtained Cronbach alpha reliability of 0.729.

Based on data processing, the result as much as 41% of contractors with no type of loyalty, 35% of the contractor with the type of true loyalty loyalty, 14%. Kontraktor with the type of spurious loyalty, and 10% contractor with the type of latent loyalty.

Based on these results, it is suggested to further researchers to conduct further research on factors related to the type of loyalty. Through this research is expected paving blocks Morotai get an idea of the type of loyalty contractors, consumers paving blocks of the company.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	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
1.4.1 Kegunaan Teoretis.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran.....	8
1.6 Asumsi.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Loyalitas Konsumen.....	19
2.1.1 Pengertian Loyalitas Konsumen.....	19

2.1.2 Tipe Loyalitas.....	19
2.1.3 Dimensi Loyalitas Konsumen.....	20
2.1.4 Faktor-Faktor yang Berkaitan dengan Tipe-Tipe Loyalitas Konsumen.....	21
2.1.5 Keuntungan Loyalitas Konsumen.....	23
2.2 Tipe Pembelian Konsumen.....	24
2.2.1 Pengambilan Keputusan yang Komplek (<i>complex decision making</i>).....	26
2.2.2 Pembelajaran Konsumen.....	29
2.3 Teori Produk.....	30
2.3.1 Pengertian Produk.....	30
2.3.2 Klasifikasi Produk.....	31
2.4 Teori Keputusan Membeli.....	32
2.4.1 Model Pilihan Konsumen yang Non-kompensasi.....	32
2.4.2 Faktor-faktor yang Mengganggu.....	33
2.4.3 Perilaku Pasca Pembelian.....	33
2.4.3.1 Kepuasan Pasca Pembelian.....	34
2.4.3.2 Tindakan Pasca Pembelian.....	34
2.4.3.3 Pemakaian dan Pembuangan Pasca Pembelian.....	35
2.5 Konsumen.....	35
2.5.1 Pengertian Konsumen.....	35
2.5.2 Tipe Konsumen.....	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	36
3.2 Bagan Rancangan Penelitian.....	36
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	37
3.3.1 Variabel Penelitian.....	37
3.3.2 Definisi Operasional.....	37
3.4 Alat Ukur.....	39
3.4.1 Jenis Alat Ukur.....	39
3.4.2 Prosedur Pengisian.....	39
3.4.3 Sistem Penilaian.....	41
3.4.4 Uji Coba Alat Ukur.....	43
3.4.5 Validitas dan Realibilitas Alat Ukur.....	43
3.4.5.1 Validitas.....	43
3.4.5.2 Realibilitas.....	44
3.4.6 Data Pribadi dan Data Penunjang.....	45
3.5 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	46
3.5.1 Populasi Sasaran.....	46
3.5.2 Karakteristik Populasi.....	46
3.5.3 Teknik Penarikan Populasi.....	46
3.6 Teknik Analisi Data.....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Responden.....	48
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	48
4.1.2 Gambaran Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Tipe Loyalitas Konsumen.....	50
4.2.2 Tabulasi Silang.....	51
4.2.2.1 Tabulasi Silang Tipe Loyalitas Konsumen & Faktor-faktor yang Berkaitan dengan Loyalitas Konsumen.....	51
4.2.2.1.1 Tabulasi Silang Tipe Loyalitas Konsumen & Faktor Kebiasaan....	51
4.2.2.1.2 Tabulasi Silang Tipe Loyalitas Konsumen & Faktor <i>Brand</i> <i>Component</i>	52
4.2.2.1.3 Tabulasi Silang Tipe Loyalitas Konsumen & Faktor Situasi.....	52
4.2.2.2 Tabulasi Silang Tipe Loyalitas Konsumen & Lama Berlanggana.....	53
4.2.2.3 Tabulasi Silang Tipe Loyalitas Konsumen & Intensitas Pembelian...	54
4.3 Pembahasan.....	54

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	58
5.2 Saran.....	59
5.2.1 Saran Penelitian Lanjutan.....	59

5.2.2 Saran Guna Laksana.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
DAFTAR RUJUKAN.....	61
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

3.1 Kisi-Kisi Alat Ukur.....	40
3.2 Sistem Penilaian.....	41
3.3 Kategori Tinggi Rendah Kesetiaan Sikap.....	42
3.4 Kategori Tinggi Rendah Kesetiaan Perilaku.....	42
4.1 Tipe Loyalitas Kontraktor Paving Blok Perusahaan Morotai Paving Blok.....	50
4.2 Tipe Loyalitas Konsumen dengan Faktor Kebiasaan.....	51
4.4 Tipe Loyalitas Konsumen dengan Faktor <i>Brand Bomponent</i>	52
4.5 Tipe Loyalitas Konsumen dengan Faktor Situasi.....	52
4.5 Tipe Loyalitas Konsumen dengan Lama Berlangganan.....	53
4.6 Tipe Loyalitas Konsumen dengan Lama Berlangganan.....	54

DAFTAR BAGAN

1.1 Kerangka Pemikiran.....	17
3.1 Rancangan Prosedur Penelitian.....	36

DAFTAR DIAGRAM

4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	48
4.2 Gambaran Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	49