

INTISARI

Kesetiaan konsumen tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman dari konsumen itu sendiri dari pembelian konsisten sepanjang waktu, jika konsumen puas mereka akan setia, sebaliknya ketidakpuasan akan menyebabkan konsumen beralih ke pesaing,

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan di CV. X terhadap loyalitas merek.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif analisis dengan pendekatan survei. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, variabel kepuasan konsumen sebagai variabel bebas dan loyalitas merek sebagai variabel terikat. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer (tanggapan responden terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas merek) dan data sekunder (data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian). Teknik pengumpulan data adalah kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Perhitungan statistik yang digunakan adalah perhitungan regresi dan uji t.

Konsumen yang puas disebabkan karena produk mainan yang dijual CV. X berkualitas (tidak cacat), harga yang murah, adanya sampel atau potongan harga, dan mendapat pelayanan yang ramah. Beberapa faktor yang mengurangi kepuasan konsumen adalah belum adanya peraturan yang baku mengenai penggantian barang yang rusak atau dalam hal pemberian garansi dan pemasaran yang dilakukan CV. X masih bersifat pasif. Loyalitas merek konsumen CV. X ditunjukkan oleh adanya pembelian ulang, membeli lini produk lainnya, dan merekomendasikan CV. X kepada orang lain, namun umumnya responden belum menunjukkan kekebalan dari daya tarik pesaing. Pengaruh dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek adalah sebesar 68,10% dan signifikan.

ABSTRACT

Consumer loyalty was not builded in short term, through learning proses and base on consumer experience from consisten buying on specific period, if consumer satisfies they will loyal, instead unsatisfies lead the consumer movement to competitor.

Objective research is to find out the determine of consumer satisfaction toward consumer loyalty.

Research method used are descriptive analysis with survei approach. Consumer satisfaction as independent variabel and consumer loyalty as dependent variabel. Data used are primary and secondary, which collected through questionare, interview, and library research. Statistic calculation used are regretion, corelation, and t test.

The reason of satisfies consumer are they have a quality toys with cheaper price, company give discount and friendly service. Some factor reduce consumer satisfaction are the are no formal rule about warranties and pasive marketing. Consumer loyalty indication are rebuying, product line buying, and willingness maka a recommendation to the other. The determine of consumer satisfaction toward consumer loyalty equal to 68,10% and it is significant.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN	ii
INTISARI	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	3
1.5 Rerangka Pemikiran dan Hipotesis	4
1.6 Tempat dan Waktu Penelitian	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	10
2.2 Sudut Pandang Konsumen Terhadap Kepuasan	12
2.3 Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan	23
2.4 Loyalitas Konsumen	17
2.5 Manfaat Loyalitas Bagi Perusahaan.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	24
3.2 Operasionalisasi Variabel	24
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Metode Analisis Data	27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden.....	30
4.2 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	31
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek.....	42
4.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek..	44
4.4.1 Analisa Regresi	44
4.4.2 Pengujian Hipotesis	46

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran.....	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Profit Generator System.....	21
------------	------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionaliasasi variabel	25
Tabel 4.1	Jenis badan usaha	30
Tabel 4.2	Lokasi usaha	30
Tabel 4.3	Lama menjual mainan yang didistribusikan CV. X	31
Tabel 4.4	<i>Value-price relationship</i>	32
Tabel 4.5	<i>Product quality</i>	32
Tabel 4.6	<i>Product benefit</i>	33
Tabel 4.7	<i>Product features</i>	33
Tabel 4.8	<i>Product design</i>	34
Tabel 4.9	<i>Product reliability and consistency</i>	35
Tabel 4.10	<i>Range of product or service</i>	35
Tabel 4.11	<i>Guarantee or warranty</i>	36
Tabel 4.12	<i>Delivery</i>	37
Tabel 4.13	<i>Complaint handling</i>	37
Tabel 4.14	<i>Resolution of problem</i>	38
Tabel 4.15	<i>Courtesy</i>	38
Tabel 4.16	<i>Communication</i>	39
Tabel 4.17	<i>Ease or convenience acquisition</i>	40
Tabel 4.18	<i>Company reputation</i>	40
Tabel 4.19	<i>Company competence</i>	41
Tabel 4.20	Melakukan pembelian secara teratur	42

Tabel 4.21	Membeli di luar lini produk/jasa	42
Tabel 4.22	Menunjukkan kekebalan	43
Tabel 4.23	<i>Word of mouth</i>	44
Tabel 4.24	Analisa Regresi	45
Tabel 4.25	Model Summary	46
Tabel 4.26	Anova	49
Tabel 4.27	Ringkasan Hasil Keseluruhan Hipotesis	49