

ABSTRAK

I Gusti Komang Dhana Yasa, 2006, Pengaruh Pelaksanaan Program Periklanan di Majalah Terhadap Loyalitas Pelanggan Rock n Roll Haircutting and Makeover Di Kota Bandung, di bawah bimbingan Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja,MM.

Dari penelitian diketahui besarnya korelasi pearson antara program periklanan di media televisi dengan loyalitas pelanggan adalah 0.625. kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 38.94% yang artinya 38.94% dari loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh periklanan di majalah, sisanya sebesar 61.06% mempunyai arti bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variable-variabel lain. Program periklanan Rock n Roll Haircutting and Makeover di majalah di tinjau dari delapan aspek, yaitu : Fleksibelitas, Ketepatan Waktu, Menembus pasar lokal, Penerimaan, Kepercayaan, Jangka waktu, Kualitas reproduksi, Penerusan Audiens. Sedangkan untuk mengetahui besarnya loyalitas pelanggan dapat di lihat dari tiga aspek, yaitu : Raferall, Retention, Repeatition. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif dan verifikatif, tipe penelitian ini adalah tipe penelitian korelasional dan kausalitas. Unit analisis (*unit of analysis*) penelitian ini adalah individual yaitu para pelanggan Rock n Roll Haircutting and Makeover di kota Bandung khususnya anak-anak muda yang telah melihat iklan Rock n Roll Haircutting and Makeover di Majalah. Dilihat dari waktu pengumpulan datanya (*time horizon*) penelitian ini bersifat cross section.

Kata Kunci : Periklanan di Majalah, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

I Gusti Komang Dhana Yasa, 2006, The Effect of The Advertising of Rock n Roll Haircutting and Makeover on Magazine to The Customer Loyalty in Bandung City, under supervision of Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja,MM.

Based on the observation, identified that Pearson Correlation number between the advertising program and the customer loyalty is 0.624, Then obtained that determination coefficient number is 38.94% which mean that 38.94% of customer loyalty are effected by magazine advertising, and the 61.06% remaining means that the customer loyalty is effected by other variables. Rock n Roll Haircutting and Makeover advertising program on Magazine is noticed by 8 (eight) aspects, such as: Fleksibelity, Rght time, Local Market, Acceptance, Trust, Time period, Reproduction quality, Audience continue. Meanwhile to define how big the customer loyalty, it can be distinguished by 3 (three) aspects, comprise of: Raferall, Retention, Repetation. Observation method that been employed by writer are descriptive and verificative methods. These kinds of observation are correlational and causality type of observation. The unit of analysis on this observation is individual, comprise of: customer Rock n Roll Haircutting and Makeover in Bandung that have already watched the advertising (especially for young man) on magazine. Based on the time collecting data (time horizon) this observation is typically cross-section.

Key words : Advertising on magazine and customer loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Pengertian Periklanan	16
2.1.2 Periklanan di Majalah	45
2.1.3 Definisi Loyalitas Pelanggan	50
2.1.4 Tahap-tahap Loyalitas	52
2.1.5 Prinsip-prinsip dalam Loyalitas	60
2.1.6 Menjaga Loyalitas Pelanggan	60
2.1.7 Penggolongan Loyalitas Pelanggan	62
2.1.8 Pengaruh Program Periklanan di Majalah terhadap Loyalitas Pelanggan	64
2.2 Kerangka Pemikiran.....	65
2.3 Hipotesis Penelitian.....	65
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	

3.1	Objek Penelitian	69
3.2	Metode Penelitian.....	69
3.2.1	Desain Penelitian	69
3.2.2	Operasional Variabel	70
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	76
3.2.4	Teknik Penentuan Sampel	76
3.3	Teknik Pengumpulan Data	78
3.4	Metode Analisis	79
3.5	Pengujian Hipotesis	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	85
4.1.1	Sejarah Perusahaan	85
4.1.2	Struktur Organisasi.....	86
4.1.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	90
4.1.4	Profil Pelanggan	94
4.2	Pembahasan.....	101
4.2.1	Tanggapan Pelanggan Tentang Pelaksanaan Program Periklanan pada Majalah Terhadap Loyalitas Pelanggan Rock n Roll Haircutting and Makeover	101
4.2.2	Pelaksanaan Periklanan di Majalah	102
4.2.3	Loyalitas Pelanggan	113
4.3	Analisis Data	120
4.3.1	Metode Successive Interval	120
4.3.2	Analisis Korelasi untuk Mengukur Berapa Kuatnya Derajat Hubungan antara Pelaksanaan Periklanan di Majalah dan Loyalitas Pelanggan	121
4.3.3	Perhitungan Koefisien Korelasi Pearson	121
4.3.4	Perhitungan Koefisien Determinasi.....	122

4.3.5	Pengujian Keberartian Koefisien Korelasi	123
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	125
5.2	Saran	127
	DAFTAR PUSTAKA	128
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	129

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Struktur PDB Menurut Lapangan Usaha Tahun 2003-2005 ...	2
Tabel 1.2 Realisasi Jumlah Pelanggan	7
Tabel 1.3 Tabel Rincian Harga yang Diatawarkan oleh Rock n Roll Haircutting and Makeover.....	8
Tabel 3.1 Operasional Variabels	71
Tabel 3.2 Realisasi Jumlah Pelanggan	77
Tabel 3.3 Tingkat Keeratan Hubungan Korelasi.....	82
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X (Periklanan di Majalah)	90
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	93
Tabel 4.3 Jenis Kelamin.....	95
Tabel 4.4 Usia	96
Tabel 4.5 Profesi	97
Tabel 4.6 Tingkat Pendapatan	98
Tabel 4.7 Frekuensi Menggunakan Jasa Salon dalam Satu Bulan	99
Tabel 4.8 Rata-rata Biaya untuk Perawatan dan Potong Rambut Setiap Bulan	99
Tabel 4.9 Sumber Informasi Tentang Rock n Roll Haircutting and Makeover	100
Tabel 4.10 Format Iklan Rock n Roll di Majalah Telah Sesuai dengan Tujuan Iklan	102
Tabel 4.11 Tampilan Warna Iklan Rock n Roll di Majalah Sudah Sesuai dengan Tujuan Iklan	103
Tabel 4.12 Waktu Peredaran Iklan Sesuai dengan Tujuan Iklan	104
Tabel 4.13 Iklan Rock n Roll Memerlukan Proses yang Lama dalam Pembuatan dan Telah Sesuai Dengan Tujuan Iklan	

		104
Tabel 4.14	Peredaran Majalah Sudah Sesuai dengan Waktu yang Telah Ditentukan	105
Tabel 4.15	Iklan Rock n Roll di Majalah Mampu Menembus Pasar Yang Dituju Pengiklan	106
Tabel 4.16	Iklan Rock n Roll di Majalah Mampu Diterima Oleh Pembaca	107
Tabel 4.17	Iklan Rock n Roll di Majalah Mampu Membuat Anda Percaya	108
Tabel 4.18	Iklan Rock n Roll di Majalah Sering Dibaca Setiap Hari	109
Tabel 4.19	Kertas Majalah Telah Sesuai dengan Tampilan Iklan	110
Tabel 4.20	Kualitas Tinta yang Dipakai oleh Iklan Rock n Roll di Majalah Sudah Jelas	110
Tabel 4.21	Kualitas Warna yang Dipakai Rock n Roll di Majalah Sudah Jelas	111
Tabel 4.22	Iklan Rock n Roll di Majalah Mampu Terbaca oleh Masyarakat Luas	
Tabel 4.23	Akan Menggunakan Jasa Rock n Roll Jika ada Jasa Baru yang Ditawarkan	112 113
Tabel 4.24	Selalu Teratur Menggunakan Jasa Rock n Roll	114
Tabel 4.25	Akan Tetap Menggunakan Jasa Rock n Roll Walaupun Harga yang Ditawarkan Lebih Mahal dari Sebelumnya.....	114
Tabel 4.26	Akan Mengatakan Kepada Orang Lain Jasa Haircutting and Makeover yang Ditawarkan oleh Rock n Roll	115
Tabel 4.27	Akan Merasa Senang jika Orang Lain Juga Menggunakan Jasa Haircutting and Makeover yang Ditawarkan Rock n Roll	116
Tabel 4.28	Akan Meyakinkan Orang Lain untuk Menggunakan Jasa Haircutting and Makeover yang Ditawarkan Rock n Roll	117

Tabel 4.29	Menolak Jika ada yang Mengatakan Bahwa ada Jasa Haircutting and Makeover lain Lebih Baik	118
Tabel 4.30	Tetap Menganggap Jasa Haircutting and Makeover di Rock n Roll yang Terbaik Walaupun Banyak yang Lebih Baik	119
Tabel 4.31	Tidak akan Pernah Mencoba Jasa Haircutting and Makeover di Salon Lain	119
Tabel 4.32	Correlation	121

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahapan-tahapan Loyalitas	55
Gambar 2.2 Profit Generator System	58
Gambar 2.3 The Four Type of Loyalty	62
Gambar 2.4 Paradigma Kerangka Pemikiran Pengaruh Pelaksanaan Program Periklanan Rock n Roll Haircutting and Makeover melalui Majalah Terhadap Loyalitas Pelanggan	63 68
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rock n Roll Haircutting and Makeover ...	88
Gambar 4.2 Daerah Penolakan H_0 untuk Uji Keberartian Koefisien Korelasi	124