

ABSTRACT

In explaining the required product quality is reliable information about the dimensions of the quality of the product itself must be done properly because the expected result is increased customer loyalty. Of the phenomenon is obtained, that loyalty is good and last a long time to come from the resulting product quality, the authors are interested in doing this research. In explaining the required product quality is reliable information about the dimensions of the quality of the product itself must be done properly because the expected result is increased customer loyalty. Of the phenomenon is obtained, that loyalty is good and last a long time to come from the resulting product quality, the authors are interested in doing this research

The method used in this research is descriptive method that collects the data to be processed, analyzed, and processed further with the basics of the theory is thus able to provide a clear picture of the object of research. Several data collection techniques used by the author is the primary data collection consisted of observations, questionnaires, and literature study.

From the results of research conducted at PT. Sena Pratama Indonesia, the authors draw the conclusion that the PT. Sena Pratama Indonesia has produced a good Customer Loyalty. The author suggests that in the future the company can maintain consistency and be responsible for maintaining quality of products produced so as to continue to maintain a good customer loyalty.

Keywords: Quality Products, Customer Loyalty.

ABSTRAK

Dalam menjelaskan Kualitas Produk dibutuhkan informasi yang handal mengenai dimensi-dimensi dari sisi Kualitas Produk itu sendiri harus dilakukan dengan tepat karena hasil yang diharapkan adalah peningkatan Loyalitas Pelanggan. Dari fenomena yang didapat, bahwa Loyalitas yang baik dan bertahan lama didapat dari Kualitas Produk yang dihasilkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu mengumpulkan data untuk diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar-dasar teori yang ada sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai objek penelitian. Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah dengan pengumpulan data primer yang terdiri dari observasi, angket, dan studi kepustakaan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Sena Pratama Indonesia, maka penulis menarik kesimpulan bahwa PT. Sena Pratama Indonesia telah menghasilkan Loyalitas Pelanggan yang baik. Penulis menyarankan agar dimasa yang akan datang perusahaan tetap dapat mempertahankan konsistensinya menjaga dan bertanggung jawab terhadap Kualitas Produk yang dihasilkan sehingga dapat terus menjaga Loyalitas Pelanggan yang baik.

Kata kunci: Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran	11
2.1.2.1 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	12
2.1.3 Produk	13

2.1.3.1 Pengertian Produk	13
2.1.3.2 Tujuan Pembelian Produk	14
2.1.3.3 Klasifikasi Produk	14
2.1.3.4 Tingkatan Produk Berdasarkan Hirarki Nilai Pelanggan	17
2.1.3.5 Hirarki Produk	18
2.1.4 Bauran Produk	18
2.1.4.1 Pengertian Bauran Produk	18
2.1.4.2 Bauran Produk Suatu Perusahaan	19
2.1.4.3 Dimensi Bauran Produk	19
2.1.5 Kualitas Produk	20
2.1.5.1 Pengertian Kualitas	20
2.1.5.2 Pengertian Kualitas Produk	21
2.1.5.3 Atribut Kualitas	22
2.1.5.4 Persepsi Terhadap Kualitas	23
2.1.5.5 Dimensi Kualitas Produk	24
2.1.6 Loyalitas Pelanggan	25
2.1.6.1 Karakteristik Loyalitas	26
2.1.6.2 Faktor Penentu Loyalitas Pelanggan	26
2.1.6.3 Memelihara dan menguatkan Loyalitas	28
2.1.6.4 Tahap Pembentukan Loyalitas Pelanggan	28
2.1.6.5 Strategi Membangun Kesetiaan Pelanggan	29
2.1.6.6 Hubungan antara Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan	30
2.1.6.7 Ukuran Loyalitas Pelanggan	30
2.2 Kerangka Teoritis	32
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Hipotesis	37
2.5 Model Penelitian	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	38
3.2 Jenis Penelitian.....	41
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel.....	42
3.4 Teknik Penarikan Sampel.....	43
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.7 Skala Pengukuran	49
3.8 Metode Analisis Data	49
3.8.1 Uji Validitas	50
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.8.3 Regresi Sederhana	52
3.8.4 Pengujin Hipotesis.....	52
3.9 Uji Asumsi Klasik	52
3.9.1 Uji Normalitas	52
3.9.2 Uji Heterokedastisitas	54
3.9.3 Uji Outliers.....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data Penelitian.....	55
4.1.1 Identitas Kualitas Produk	55
4.1.2 Identitas Loyalitas Pelanggan.....	60
4.2 Uji Instrumen Penelitian	65
4.2.1 Uji Validitas	65
4.2.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	66
4.2.2.1 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X).....	67

4.2.2.2 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	67
4.3 Uji Asumsi Klasik	68
4.3.1 Uji Normalitas	68
4.3.2 Uji Outliers	69
4.3.3 Uji Heterokedastisitas	70
4.3.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	70
4.3.5 Pengujian Hipotesis	71
4.3.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.3.5.2 Uji Signifikansi Parsial (uji-t)	73
4.3.6 Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 KESIMPULAN	75
5.2 SARAN	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Semen Warna Tiga Bulan Terakhir.....	2
Tabel 3.1 Perbandingan Penelitian Eksploratis dan Penelitian Konklusif.....	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 4.1 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Produk Semen Warna Ini Mampu Menjalankan Fungsi Sesuai Produk Inti Yaitu Melapisi Naad Dengan Baik”	56
Tabel 4.2 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Produk Semen Warna Ini Memepunyai Banyak Pilihan Warna Dibanding Produk Lain”	56
Tabel 4.3 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Produk Semen Warna Ini Dijamin Kualitasnya Melebihi Produk Sejenis Lainnya”	57
Tabel 4.4 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Produk Semen Warna Ini Mudah Digunakan.....	57
Tabel 4.5 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Produk Semen Warna Ini Kuat Dan Presisi”.....	58
Tabel 4.6 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Produk Semen Warna Ini Hampir Tidak Memiliki Keluhan Dan Komplain Dari Pengguna”	58
Tabel 4.7 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan”Produk Semen Warna Ini Menarik Dalam Pengemasan.....	59
Tabel 4.8 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Produk Semen Warna Ini Tahan Dan Kedap Udara Dan Mudah Digunakan”	59
Tabel 4.9 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Produk Semen Warna Ini Sesuai Dengan Kebutuhan Dan Keinginan Konsumen”	60
Tabel 4.10 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Produk Semen Warna Ini Menjadi Pilihan Pertama Anda Untuk Direkomendasikan Kepada Konsumen” .	61
Tabel 4.11 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Anda Akan Mengatakan Hal Positif Tentang Produk Semen Warna Ini Kepada Konsumen”	62
Tabel 4.12 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Anda Menganggap Produk Semen Warna Ini Sebagai Pilihan Pertama”	62
Tabel 4.13 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Anda Cenderung Memesan Pproduk Semen Warna Ini Dalam Intesitas Yang Cukup Sering”	63

Tabel 4.14 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Anda Tidak Berani Mencoba Merek Lain Karena Adanya Resiko Apabila Mencoba Merek Lain” ..	63
Tabel 4.15 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Anda Akan Memberitahukan keunggulan Produk Semen Warna Ini Kepada Konsumen”	64
Tabel 4.16 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Anda Puas Terhadap Kualitas Produk Semen Warna Ini”	64
Tabel 4.17 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (KP).....	65
Tabel 4.18 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (LP).....	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X)	67
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y).....	68
Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	68
Tabel 4.22 Hasil Uji Data Outliers	69
Tabel 4.23 Hasil Uji Heteroedastisitas.....	70
Tabel 4.24 Hasil Analisis Regresi.....	71
Tabel 4.25 Uji Koefisien Determinasi	72
Tabel 4.26 Uji Signifiansi Parameter Individual	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Empat Komponen Dalam Bauran Pemasaran	12
Gambar 2.2 Model Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan.....	27
Gambar 2.3 Kerangka Teortis.....	32
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 2.5 Model Penelitian.....	37