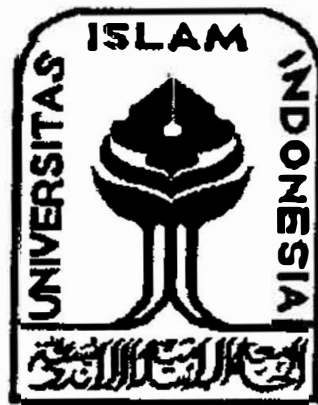


Analisa Pengaruh *Brand Images*, *Product Features* dan Harga Terhadap
Loyalitas Konsumen Produk Vegeta di Wilayah Condong Catur

SKRIPSI



Ditulis oleh

Nama : Puspa Fibriyanti

Nomor Mahasiswa : 02 311 137

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2005

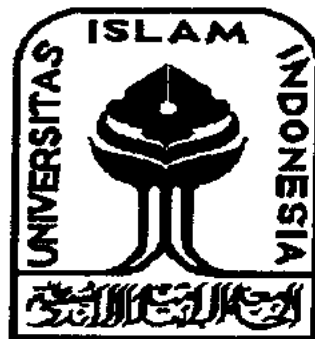
Analisa Pengaruh *Brand Images*, *Product Features* dan Harga Terhadap
Loyalitas Konsumen Produk Vegeta di Wilayah Condong Catur

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar

Sarjana Strata- I di Program Studi Manajemen,

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Ditulis oleh

Nama : Puspa Fibriyanti

Nomor Mahasiswa : 02 311 137

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2005

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 21 November 2005

Penulis,

Puspa Fibriyanti

Halaman Pengesahan Skripsi

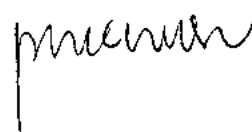
Analisa Pengaruh *Brand Images*, *Product Features* dan Harga Terhadap
Loyalitas Konsumen Produk Vegeta di Wilayah Condong Catur

Nama : Puspa Fibriyanti
Nomor Mahasiswa : 02 311 137
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 21 November 2005

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Sunardji Daromi, Drs, H, MM

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISA PENGARUH BRAND IMAGES, PRODUCT FEATURES DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK VEGETA DI WILAYAH
CONDONGCATUR**

**Disusun Oleh: PUSPA FIBRIYANTI
Nomor mahasiswa: 02311137**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 21 November 2005

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Sunardji Daromi, MM

Penguji : Dra. Sri Hardjanti, MM

[Handwritten signatures]
.....
.....

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



[Handwritten signature]
Drs. Suwarsono, MA

Abstrak

Produk yang ditawarkan sebuah perusahaan kepada konsumen tidak hanya terdiri dari unsur *tangible* tetapi juga ada unsur *intangible* untuk memenuhi kepuasan dan loyalitas konsumen. Unsur *tangible* tersebut dapat dilihat dan dirasakan oleh panca indera seperti kemasan, fungsi produk, rasa dan fitur- fitur yang lain. Sedangkan unsur *intangible* dapat dirasakan secara psikologis, misalnya kepuasan memakai produk bermerek terkenal. Harga suatu produk juga memegang peranan penting terhadap keputusan beli dan loyalitas konsumen. Pemasaran adalah proses memenuhi *need* and *want* konsumen dengan tujuan mencapai loyalitas konsumen. *Brand Images*, *Product Features* dan Harga dalam hal ini mempunyai pengaruh terhadap terbentuknya loyalitas konsumen. Masing-masing variabel memiliki kontribusi positif terhadap loyalitas konsumen.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kusembahkan untuk:

- 1. Bapak dan Ibu tercinta*
- 2. Om Megan dan Tante Djuwita*
- 3. Kedua Kakakku (Mas Agus & Mbak Yuan)*
- 4. Diriku Sendiri*
- 5. Adikku tersayang (Iqbal)*

HALAMAN MOTTO

Hari ini merupakan hari yang paling berharga bagi orang yang tahu cara menghargai dan mememanfaatkannya .(Goethe)

It doesn't matter how slowly you go as long as you don't stop .(Confusius)

Succes is ability to go from one failure to another with no lost of enthusiasm .(Winston Churchill)

Rahasia sebuah keberhasilan terdapat pada konsistensinya pada tujuan .(Benyamin Disraeli)

Kesuksesan merupakan sebuah proses, sebuah kualitas pikiran dan sebuah tata cara, sebuah penegasan hidup .(Alex Noble)

Is it today or is it tonight we'll find the "Answer to our Life" .(BSB)

Jadilah orang moderat yang tak lupa sholat.....

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisa Pengaruh *Brand Images*, *Product Features* dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Vegeta di Wilayah Condong Catur.”

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan kelulusan jenjang Strata-1 pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Skripsi ini berisi tentang hasil penelitian penulis mengenai pengaruh variabel *brand images*, *product features* dan harga terhadap loyalitas konsumen produk vegeta di wilayah condong catur. Uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan, manfaat, tujuan, metode, hasil penelitian dan teori-teori terkait sampai kesimpulan secara lebih lengkap terdapat dalam bagian inti yang terdiri dari lima bab.

Dengan berakhirnya penyusunan Skripsi ini saya sampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bp Suwarsono Muhammad, Drs., MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Nur Fauziah, Dra., MM selaku kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bp Sunardji Daromi, Drs., MM selaku dosen pembimbing Skripsi. Terima kasih atas kesabaran, dukungan, motivasi dan nasihat selama waktu bimbingan.

4. Keluargaku tercinta (Bapak, Ibu, Mas Agus, Mbak Yuan dan Dik Iqbal).

Terima kasih atas semua cinta, dukungan, motivasi dan do'a kalian semua.

5. Teman- temanku di FE UII. Terima kasih atas sumbangan saran, kritik dan kerjasamanya.

Harapan penulis yaitu semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempumaan, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca.

Atas saran dan kritik yang diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 21 November 2005

Penyusun,

Puspa Fibriyanti

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	v
Abstrak	vi
Halaman Persembahan	vii
Halaman Motto	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Daftar Pustaka.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
1.3. Batasan Masalah dan Batasan Operasional	9

1.3.1. Batasan Masalah.....	9
1.3.2. Batasan Operasional.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	
2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. Pemasaran Berwawasan Pelanggan	15
2.1.2. Cakupan Studi Prilaku Konsumen	18
2.1.2.1. Faktor Lingkungan yang mempengaruhi konsumen dalam proses pembelian.....	19
2.1.2.2. Faktor Individual yang mempengaruhi konsumen dalam proses pembelian.....	21
2.1.2.3. Komponen Sikap Konsumen	22
2.1.2.4. Tipe Perilaku Konsumen	22
2.1.2.5. Proses Keputusan Beli Konsumen	24
2.1.2.6. Strategi Pemasaran	28
2.1.3. Peranan <i>Brand Images</i> , <i>Product Features</i> dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen.....	34
2.1.3.1. Peranan <i>Brand Images</i> terhadap Loyalitas Konsumen.....	34
2.1.3.2. Peranan <i>Product Features</i> terhadap Loyalitas Konsumen	36
2.1.3.3. Peranan Harga terhadap Loyalitas Konsumen.....	38
2.2. Hipotesis	41

BAB III GAMBARAN PRODUK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Gambaran Produk.....	42
3.1.1. Produk Vegeta.....	42
3.1.2. Manfaat Produk.....	44
3.2. Metode Penelitian.....	46
3.2.1. Lokasi Penelitian.....	46
3.2.2. Variabel Penelitian.....	46
3.2.3. Definisi Operasional Variabel.....	47
3.2.4. Alat Pengumpul Data.....	47
3.2.5. Data dan Tehnik Pengumpulan Data.....	49
3.2.5.1. Jenis Data.....	49
3.2.5.2. Tehnik Pengumpulan Data.....	50
3.2.6. Populasi dan Sampel.....	51
3.2.6.1. Pengertian Populasi dan Sampel.....	51
3.2.6.2. Tehnik pengambilan Sampel.....	51
3.2.7. Tehnik Analisis.....	52
3.2.7.1. Analisis Kualitatif.....	52
3.2.7.2. Analisis Kuantitatif.....	52
3.2.7.2.1. Analisis Regresi Berganda.....	52
3.2.7.2.2. Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	53
3.2.7.2.3. Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	54

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
4.1.1. Uji Validitas.....	56
4.1.2. Uji Reliabilitas	58
4.2. Analisis Hasil Estimasi.....	60
4.2.1. Karakteristik Responden.....	60
4.2.1.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.1.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	60
4.2.1.3. Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	61
4.2.2. Statistik Deskriptif.....	63
4.2.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
4.2.4. Uji Signifikansi Koefisien Regresi dengan Uji t- Statistik.....	67
4.2.5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2) Berganda	72
4.2.6. Uji Koefisien Determinasi Berganda dengan Uji F- Statistik.....	72
4.2.7. Koefisien determinasi (R^2) Parsial	74
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran.....	77

Daftar Tabel

Tabel	Halaman
4.1.1. Hasil Uji Validitas.....	57
4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas	59
4.2.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.2.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.2.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	62
4.2.2. Statistik Deskriptif.....	63
4.2.4. Hasil Uji T	68
4.2.5. Hasil Uji F.....	73
4.2.6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial.....	75

Daftar Gambar

Gambar	Halaman
2.1.2. Cakupan Studi Prilaku Konsumen	18
2.1.2.4. Tipe Perilaku Konsumen	23

Daftar Lampiran

- I. Angket
- II. Data Induk Responden
- III. Rekapitulasi Data 120 Responden untuk jumlah skor masing- masing butir pertanyaan
- IV. Frekuensi Tabel Responden
- V. Hasil Uji Validitas
- VI. Hasil Uji Reliabilitas
- VII. Hasil Olah Data
- VIII. Tabel Nilai r Product Moment
- IX. Tabel t dan Tabel F