

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS MEREK  
PADA KONSUMEN SHAMPO CLEAR DI YOGYAKARTA**

***FACTORS INFLUENCE TO BRAND LOYALTY  
ON CONSUMER CLEAR SHAMPOO IN YOGYAKARTA***

**SKRIPSI**



**Disusun oleh :**

**Muchlisin**

**20030410008**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2011**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS MEREK  
PADA KONSUMEN SHAMPO CLEAR DI YOGYAKARTA**

***FACTORS INFLUENCE TO BRAND LOYALTY  
ON CONSUMER CLEAR SHAMPOO IN YOGYAKARTA***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun oleh :**

**Muchlisin**

**20030410008**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2011**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS MEREK**

**PADA KONSUMEN SHAMPO CLEAR DI YOGYAKARTA**

**FACTORS INFLUENCE TO BRAND LOYALTY ON CONSUMER**

**CLEAR SHAMPOO IN YOGYAKARTA**

Disusun oleh :

Muchlisin.

**20030410008**

Pembimbing

Dra. Hasnah Rirniyati, M. Si.

Tanggal : 18 Agst '11

## SKRIPSI

### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS MEREK PADA KONSUMEN SHAMPO CLEAR DI YOGYAKARTA

### FACTORS INFLUENCE TO BRAND LOYALTY ON CONSUMER CLEAR SHAMPOO IN YOGYAKARTA



## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya,

Nama : Muchlisin

Nomor Mahasiswa : 20030410008

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek pada Konsumen Shampo Clear di Yogyakarta**" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, Juli 2011

Muchlisin

## **HALAMAN MOTTO**

- ➊ Allah akan menaikkan orang-orang yang beriman dari kamu dan orang-orang dari kamu yang berilmu dengan beberapa derajat.  
(Q.S: Mujadalah, 11)
- ➋ Sebaik-baiknya manusia bermanfaat bagi manusia yang lain  
(Hadist Rasul)
- ➌ Jangan Pernah Menyerah dengan Keadaan yang Pernah Menimpa Kita, Kita yang Harus Mengalahkanya. Man Jadda Wa Jada.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- Ibu dan Bapak tercinta sebagai wujud sembah sujud dan baktiku kepada beliau atas doa-doanya yang tak pernah putus, atas kasih sayangnya yang tak pernah habis.
- Seluruh teman-teman seperjuangan Manajemen 2003
- Almamaterku

## **INTISARI**

Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh kepuasan, perilaku kebiasaan, komitmen dan kesukaan merek terhadap loyalitas merek pada konsumen Shampo Clear di Yogyakarta.

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah produk shampo merek Clear. Sedangkan subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang pernah menggunakan Shampo Clear.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Kriteria sampel yang diambil adalah konsumen yang telah menggunakan shampo Clear lebih dari 5 (lima) kali, karena dianggap konsumen telah melakukan pembelian ulang dan merasakan yang merupakan indikator loyalitas konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan kepuasan, perilaku kebiasaan, komitmen dan kesukaan merek berpengaruh terhadap loyalitas merek pada konsumen Shampo Clear di Yogyakarta.

Kata kunci: kepuasan, perilaku kebiasaan, komitmen, kesukaan merek, loyalitas merek

## ***ABSTRACT***

*The purpose of this study is to test the influence of satisfaction, habitual behavior, commitment, liking of the brand to brand loyalty in consumer of Clear Shampoo in Yogyakarta.*

*The object of this research is Clear shampoo. While the subjects used in this study is students of Muhammadiyah University of Yogyakarta, which had used the Clear Shampoo.*

*This research used purposive sampling. Criteria samples taken are consumers who have used the Clear shampoo more than 5 (five) times, because it is considered the consumer has made repeat purchases, and feel that is an indicator of consumer loyalty.*

*The results showed satisfaction, Habitual behavior, commitment, liking of the brand influence on consumer brand loyalty Clear Shampoo in Yogyakarta.*

***Key words:*** *satisfaction, habitual behavior, commitment, liking of the brand, brand loyalty*

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas rahmatnya dan karunia-Nya. Sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul: ”**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek pada Konsumen Shampo Clear di Yogyakarta**” ini adalah salah satu syarat memperoleh gelar sarjana S-1 Fakultas Ekonomi ilmu manajemen UMY. Berbagai macam pencarian ide, gagasan, berfikir sampai pada akhirnya menemukan titik temu adalah proses panjang dari penyusunan skripsi ini. Semua ini dilakukan bukan hanya untuk menyelesaikan skripsi dalam bentuk fisik saja, tetapi lebih untuk menjawab segala pertanyaan yang berkembang dalam konsep dan teori yang menjadi acuan dalam topik penelitian. Dengan demikian, penyusunan skripsi tidak hanya terbatas sebagai syarat kelulusan saja, tetapi untuk memenuhi jangkauan maupun kualitas sebagai kepuasan berkarya.

Keberhasilan menyelesaikan karya kecil ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Misbachul Anwar, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dra. Hasnah Rimiyati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu untuk membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibuku tercinta. atas do'a yang senantisa mereka panjatkan agar segera selesaiya skripsi ini.

4. Dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, semoga amal  
ibadah kalian semua di balas oleh Allah SWT. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Juli 2011

**MUCHLISIN**

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	iv
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	vi
<b>INTISARI.....</b>	vii
<b>ABSTRAK.....</b>	viii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	ix
<b>DAFTAR ISI.....</b>	xi
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xiv
<b>BAB I        PENDAHULUAN.....</b>	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II        TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	6
A. Landasan Teori .....	6
1. Perilaku Konsumen .....	6

2. Loyalitas .....	7	
3. Kepuasan Konsumen .....	11	
4. Perilaku Kebiasaan .....	14	
5. Komitmen .....	15	
6. Kesukaan Merek .....	17	
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	19	
C. Hipotesis .....	20	
D. Model Penelitian.....	22	
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
A. Obyek dan Subyek Penelitian .....	23	
B. Teknik Pengambilan Sampel .....	23	
C. Jenis Data .....	23	
D. Metode Pengumpulan Data .....	24	
E. Definisi Operasional dan Pengukurannya .....	24	
F. Uji Kualitas Instrumen .....	26	
G. Alat Analisis dan Uji Hipotesis .....	27	
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA .....</b>	<b>29</b>
A. Karakteristik Responden .....	29	
B. Uji Instrumen Penelitian .....	32	
C. Analisis Data .....	36	
D. Pengujian Hipotesis.....	38	

E. Pembahasan.....40

**BAB V      SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN .....44**

A. Kesimpulan.....44

B. Keterbatasan Penelitian.....45

C. Saran.....45

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin .....	29
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Fakultas .....	30
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan .....	30
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	31
Tabel 4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Uang Saku .....	32
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan .....	33
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Kebiasaan .....	33
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen .....	34
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Kesukaan Merek.....	34
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek.....	35
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	37

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Penelitian ..... 22