
 PERPUSTAKAAN	MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Diterima	: 28 SEP 2005
Inventarisasi	: 2788/em/Hd.9/2005
Klasifikasi	: R/. 658.8342/Me2/05
Selesai Diproses :	

 PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI Program Studi Manajemen
---	---

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM LOYALITAS MEREK
PRODUK PASTA GIGI DI DIY**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Menuju Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh :

Fransisca Meilina Ratfatria Ikaristhi

NPM : 97 03 09911

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
MARET, 2005**

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM LOYALITAS MEREK
PRODUK PASTA GIGI DI DIY**

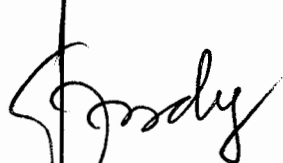
Disusun Oleh :

Fransisca Meilina Ratfatria Ikaristhi

NPM : 97 03 09911

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



A. Dedy Handrimurtjahjo, Drs., MBM.

Tanggal 14 Februari 2005

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM LOYALITAS MEREK
PRODUK PASTA GIGI DI DIY**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

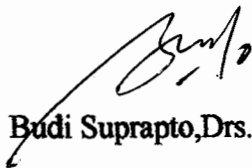
Fransisca Meilina Ratfatria Ikaristhi

NPM :97 03 09911

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 4 Maret 2005
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua panitia Penguji

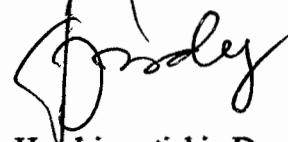


Budi Suprpto, Drs., MBA, Ph.D

Anggota Panitia Penguji



C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.



A. Dedy Handrimurtjahjo, Drs., MBM.

Yogyakarta, 4 Maret 2005
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



FAKULTAS
EKONOMI
Dr. FX. Suwanto, MS

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM LOYALITAS MEREK PRODUK PASTA GIGI DI DIY

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/ catatan kaki/ daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 4 Maret 2005

Yang menyatakan



Fransisca Meilina Ratfatria Ikaristhi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karuniaNya kepada Penulis sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sbagai salah satu syarat untk memperoleh gelar sarjana ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak FX. Suwanto, Dr. MS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak Drs. A. Dedy Handrimurtjahjo, MBM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan mengarahkan dari awal hingga akhir terselesainya skripsi ini.
3. Segenap dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan segala bekal pengetahuan dan pendidikan yang penulis peroleh selama menuntut ilmu di Uiversitas atma Jaya Yogyakarta.
4. Papa, Mama, dan Kakak-Kakakku tercinta yang selama ini selalu memberikan dorongan semangat serta doa dalam menyelesaikan skripsi.
5. Teman – teman di R.M. Adem Ayem (Thian, Sulis, mbak Mia, Ngerini, Nanda) terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
6. Onny, Ocha, Dedy, dan Antok terima kasih atas dukungan dan bantuannya selama ini.
7. Mas Trie dan Chichik, terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
8. Seluruh responden atas kerelaannya mengisi kuesioner untuk melengkapi data yang diperlukan dalam menyelesaikan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu, yang telah memberi motivasi dan dukungan serta doanya hingga terselesainya skripsi ini

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 14 Februari 2005

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul -----	i
Halaman Persetujuan Pembimbing-----	ii
Halaman pengesahan Skripsi-----	iii
Halaman Pernyataan-----	iv
Kata Pengantar-----	v
Daftar Isi-----	vii
Daftar tabel-----	ix
Daftar Gambar-----	x
Intisari-----	xii
Bab I Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang Masalah -----	1
1.2. Rumusan Masalah -----	3
1.3. Batasan Masalah -----	3
1.4. Tujuan Penelitian -----	4
1.5. Manfaat Penelitian -----	5
1.6. Sistematika pembahasan -----	5
Bab II Landasan Teori	
2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran-----	7
2.2. Orientasi Perusahaan terhadap Pasar -----	9
2.2.1. Konsep Produksi -----	9
2.2.2. Konsep Produk -----	10
2.2.3. Konsep Penjualan -----	10
2.2.4. Konsep Pemasaran -----	11
2.2.5. Konsep Pemasaran Sosial -----	11
2.3. Perilaku Konsumen-----	12

Bab III Metodologi Penelitian

3.1. Jenis Penelien	22
3.2. Variabel Penelitian	22
3.3. Populasi dan Sampel	23
3.4. Data yang diperlukan	23
3.5. Metode Pengumpulan Data	24
3.6 Metode Analisis Data	25

Bab IV. Analisis Data

4.1. Analisis Kualitatif	26
4.2. Loyalitas Merek Pasta Gigi dan yang Mempengaruhinya	29

Bab V. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan	34
5.2. Saran	36
Daftar Pustaka	37

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Loyalitas Merek Produk Pasta Gigi -----	26
Tabel 4.2. Penggunaan Pasta Gigi Dalam satu Keluarga -----	27
Tabel 4.3. Faktor – factor yang Mempengaruhi Loyalitas Terhadap Merek Pasta Gigi -----	27
Tabel 4.4. Mencoba Merek Lain-----	28
Tabel 4.5. Pernah Menggunakan Merek Lain -----	28
Tabel 4.6. Kemungkinan Responden Ganti Merek Lain -----	29
Tabel 4.7. Tanggapan Responden terhadap Faktor Kepuasan -----	30
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Terhadap Faktor Harga -----	30
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Terhadap Faktor Pengetahuan akan Produk	31
Tabel 4.10. Sikap Positif Terhadap Merek -----	32
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Tidak Berahni resiko -----	32
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek -----	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model terperinci dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku-----

18



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM LOYALITAS MEREK PRODUK PASTA GIGI di DIY

Disusun Oleh :

**Fransisca Meilina Ratfatria Ikaristhi
NPM 97 03 09911**

Pembimbing Utama : Drs. Dedy Handrimurtjahjo, MBM.

Intisari

Topik penelitian ini adalah “Pada merek pasta gigi apa responden paling banyak loyal dan faktor – faktor apa yang mempengaruhinya.” Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pada merek pasta gigi apa responden paling banyak loyal dan untuk mengetahui faktor – faktor apa yang mempengaruhinya

Agar diperoleh data-data yang dapat diuji kebenarannya, relevan dan lengkap maka dalam penelitian ini penarikan sampel dilakukan di kel. Pakuncen, kecamatan Wirobrajan Yogyakarta. Ibu rumah tangga yang dipilih sebanyak 100 responden dengan teknik *Purposive Sampling* yaitu sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan rancangan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif diskriptif yaitu dengan menarik kesimpulan menggunakan table frekuensi.

Dari hasil analisis, pasta gigi pepsodent paling di minati responden atau loyalitas terhadap merek pasta gigi terbanyak merek pepsodent. Sedang alasan responden loyal terhadap merek pasta gigi, pada faktor kepuasan jawaban terbanyak responden adalah setuju sebesar 31% dari keseluruhan sampel, pada faktor harga jawaban terbanyak responden adalah setuju sebesar 34% dari keseluruhan sample, pada faktor pengetahuan akan produk jawaban terbanyak responden adalah setuju sebesar 30% dari keseluruhan sample, pada faktor sikap positif jawaban terbanyak responden adalah setuju sebesar 36% dari keseluruhan sampel, pada faktor tidak berani resiko jawaban terbanyak responden adalah netral sebesar 34% dari keseluruhan sampel.

Kata kunci : loyalitas