
 <p>REPUBLIC OF INDONESIA DEPARTMENT OF HEALTH CENTRAL BUREAU OF HEALTH SERVICES</p>	
Date:	17 JAN 2007
Case No.:	3069/EM/Hd.1/2007
Ref. No.:	Rf 658.8 SIN 06
Special Notes:	

 <p>REPUBLIC OF INDONESIA DEPARTMENT OF HEALTH CENTRAL BUREAU OF HEALTH SERVICES</p>	
<p>UNITED STATES OF AMERICA DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES FEDERAL BUREAU OF INVESTIGATION</p>	

**ANALISIS PENGARUH KESESUAIAN CITRA DIRI
TERHADAP KESUKAAN MEREK DAN KEPUASAN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Sinta Dewi Ariyani

NPM : 00 03 12166

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOYOGAKARTA**

FEBRUARI, 2006



SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH KESESUAIAN CITRA DIRI
TERHADAP KESUKAAN MEREK DAN KEPUASAN

Disusun Oleh :
Sinta Dewi Ariyani
NPM : 00 03 12166

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



W. Mahestu Noviandra, SE., MScib

Tanggal, 3 Februari 2006

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH KESESUAIAN CITRA DIRI
TERHADAP KESUKAAN MEREK DAN KEPUASAN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

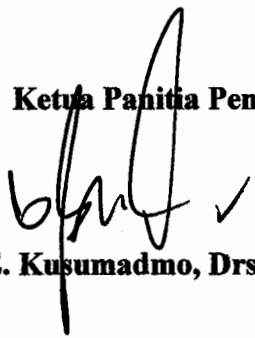
Sinta Dewi Ariyani

NPM : 00 03 12166

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 13 Maret 2006
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


E. Kusumadmo, Drs., MM.

Anggota Panitia Penguji


W. Mahestu Novindra K. SE. MScib.



MF. Shellyana Junaedi, SE., M. Si.

Yogyakarta, 13 Maret 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Dr. R. Maryatmo, MA.
FAKULTAS
EKONOMI

PERNYATAAN


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

“ ANALISIS PENGARUH KESESUAIAN CITRA DIRI TERHADAP KESUKAAN MEREK DAN KEPUASAN “

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 karya 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, 3 Februari 2006

Yang menyatakan



Sinta Dewi Ariyani

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat serta anugrah yang telah diberikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : “Analisis Pengaruh Kesesuaian Citra Diri Terhadap Kesukaan Merek Dan Kepuasan”.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan manajemen fakultas ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis dengan sepenuh hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. E.F. Slamet Sarwono, MBA., selaku Rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak Y. Sri Susilo, Drs., M.Si., selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu W. Mahestu Noviandra, SE.,M.Scib, selaku dosen pembimbing dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu tercinta atas doa restu dan *supportnya*, serta M'Ambar, M'Happy, M'Arif, dan ponakanku Ananda Elang, atas dukungan dan doanya selama ini.
5. Kekasihku Erik, terima kasih atas cinta, kasih sayang, perhatian, dan kesabarannya selama ini, yang senantiasa memberikan *support* dan motivasi hingga selesainya skripsi ini.
6. Kiki, Ita, Maria, dan Watik yang telah memberikan *support* dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Buat anak-anak Wisma Rini (Ira, Nova, Lulu, dan Vida) keep smile and makasih buat *supportnya*.
8. Mudika Santo Andreas Rasul yang telah memberikan kasih perlindungan dan semangat.

9. Semua pihak dan teman-teman yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa segala sesuatu tidak ada yang sempurna, namun dalam menyusun skripsi ini penulis berusaha untuk membuat sebuah karya yang terbaik, maka apabila terdapat kekurangan dalam penyajian mohon kritik dan saran yang membangun dan berguna bagi penulis.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 3 Februari 2006

Penulis



Sinta Dewi Ariyani

✚ Kesulitan – kesulitan dalam hidup bermaksud untuk membuat kita lebih baik bukan lebih buruk.

✚ Biarkan hari – hari bertingkah semaunya buat diri ini rela ketika ketentuannya berbicara.

✚ Halangan anda untuk meraih masa depan yang lebih baik adalah keragu – ragan yang anda buat pada hari ini.

Skrípsi ini kupersembahkan untuk :

Kedua Orang Tuaku

Kakak – kakakku (B'Ambar, M'Arís)

Kekasihku (Erik)

Teman and Sahabatku

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Manfaat Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Hipotesis Penelitian	6
1.6 Metode Penelitian	7
1.6.1 Populasi dan sampel Penelitian	7
1.6.2 Metode Pengumpulan Data	8
1.6.3 Metode Pengujian Instrumen	8
1.6.4 Metode Analisis Data	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Perilaku Konsumen	11
2.2 Kepribadian dan Konsep Diri	16
2.3 Kesesuaian Citra Diri	23
2.4 Kesukaan Akan Merek.....	24
2.5 Kepuasan Konsumen	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Bentuk Penelitian	31

	3.2 Metode Pengambilan Sampel	34
	3.3 Metode Pengukuran Data	34
	3.4 Metode Pengujian Instrumen	35
	3.5 Metode Analisis Data	38
BAB IV	ANALISIS DATA	39
	4.1 Penjelasan Penelitian	39
	4.2 Analisis Presentase.....	39
	4.2.1 Jenis Kelamin	40
	4.2.2 Usia	40
	4.2.3 Tingkat Pengeluaran	41
	4.2.4 Status Perkawinan	42
	4.3 Analisis Regresi	42
	4.4 Analisis Manova	47
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	51
	5.1 Kesimpulan	51
	5.2 Saran	52
	DAFTAR PUSTAKA	55

DAFTAR TABEL

Tabel 3 – 1 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 3 – 2 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4 – 1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4 – 2 Persentase Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4 – 3 Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Per-Bulan	41
Tabel 4 – 4 Persentase Responden Berdasarkan Status Perkawinan	42
Tabel 4 – 5 Pengaruh Kesesuaian Citra Diri Terhadap Kesukaan Merek	43
Tabel 4 – 6 Pengaruh Kesesuaian Citra Diri Terhadap Kepuasan Konsumen	45
Tabel 4 – 7 Hasil Pengelompokan Kesesuaian Citra Diri Konsumen Didasarkan Nilai Median	47
Tabel 4 – 8 Pengelompokan Responden	48
Tabel 4 – 9 Hasil Analisis Multivarite	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Pehitungan Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 Analisis Persentase
- Lampiran 4 Analisis Regresi Pengaruh Kesesuaian Citra Diri Terhadap Kesukaan Merek
- Lampiran 5 Analisis Deskriptif Pengaruh Kesesuaian Citra Diri terhadap Kepuasan Konsumen
- Lampiran 6 Analisis Deskriptif
- Lampiran 7 Analisis Manova
- Lampiran 8 Data Jawaban Responden
- Lampiran 9 Tabel Distribusi

ANALISIS PENGARUH KESESUAIAN CITRA DIRI TERHADAP KESUKAAN MEREK DAN KEPUASAN

Disusun Oleh :
Sinta Dewi A
NPM : 00.03.12166

Pembimbing

W. Mahestu Noviandra K. SE.,MScib.

Intisari

Konsep diri relevan dengan studi tentang perilaku konsumen. Banyak pembelian yang dilakukan oleh pelanggan secara langsung dipengaruhi oleh citra diri yang dimiliki seseorang tentang dirinya. Konsumen menggunakan banyak produk bermerek dengan tujuan untuk meningkatkan konsep dirinya karena merek yang berbeda dapat digunakan untuk menggambarkan siapa mereka dan dimana mereka berada.

Dalam penelitian penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh kesesuaian citra diri (*Self-Image Congruence*) terhadap kesukaan (*Brand Preference*) dan kepuasan (*Satisfaction*) pada sepatu merek Reebok. Selain itu penelitian ini juga digunakan untuk menguji ada tidaknya perbedaan pengaruh kesesuaian citra diri antara konsumen dengan kesesuaian citra diri yang tinggi dan rendah terhadap kesukaan (*brand preference*) dan kepuasan (*satisfaction*) pada sepatu merek Reebok.

Hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa, kesesuaian citra diri yang dimiliki konsumen memberikan pengaruh sebesar 22,3% terhadap kesukaan konsumen pada sepatu merek Reebok. Demikian juga dengan pengaruh kesesuaian citra terhadap kepuasan konsumen. juga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kesesuaian citra diri yang dimiliki konsumen memberikan pengaruh sebesar 20,6% terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan sepatu merek Reebok

Hasil analisis manova dapat diketahui bahwa konsumen dengan tingkat kesesuaian citra diri yang tinggi memiliki kesukaan dan kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen yang memiliki tingkat kesesuaian citra diri yang rendah.

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan terutama bagi manajemen perusahaan sepatu Reebok untuk mempertimbangkan faktor kesesuaian citra diri yang dimiliki konsumen dalam hubungannya dengan keputusan pembelian sepatu merek Reebok.

Kata kunci : Kesesuaian citra diri, Kesukaan merek dan Kepuasan