

**PERANAN FAKTOR MOTIVASI, *BRANDING CONCEPT* DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MEMBENTUK
LOYALITAS MEREK**

**(Studi Deskriptif Kualitatif tentang Peranan Faktor Motivasi, *Branding Concept*
dan Keputusan Pembelian dalam Membentuk Loyalitas Merek pada Sampo Merek
Sunsilk di kalangan Pelajar SMA Stella Duce 1 Yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

oleh

THERESIA DESI PERWITASARI

04 090 2444 / kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2010

HALAMAN PERSETUJUAN

PERANAN FAKTOR MOTIVASI, *BRANDING CONCEPT* DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MEMBENTUK
LOYALITAS MEREK

(Studi Deskriptif Kualitatif tentang Peranan Faktor Motivasi, *Branding Concept*
dan Keputusan Pembelian dalam Membentuk Loyalitas Merek pada Sampo Merek
Sunsilk dikalangan Pelajar SMA Stella Duce 1 Yogyakarta)

SKRIPSI

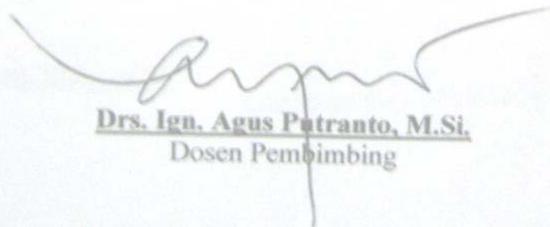
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.Sos pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

THERESIA DESI PERWITASARI

No. Mhs : 02444 / KOM

disetujui oleh :



Drs. Ign. Agus Patranto, M.Si.
Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2010

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PERANAN FAKTOR MOTIVASI, *BRANDING CONCEPT*
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MEMBENTUK
LOYALITAS MEREK**

Penyusun : Theresia Desi Perwitasari
NIM : 04 09 02444

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Senin, 23 Agustus 2010
Pukul : 09.00 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si
Penguji Utama

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.
Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.
Penguji II



The image shows three handwritten signatures in black ink, each written over a horizontal dotted line. Behind the signatures is a faint, light blue circular stamp. The stamp contains the text 'UNIVERSITAS JAWA BARU' at the top and 'FISIP UAJY' at the bottom. The signatures are written in a cursive style.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Theresia Desi P
Nomer Mahasiswa : 04 09 02444
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verisifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 16 Agustus 2010

Saya yang menyatakan,



Theresia Desi P



*mintalah maka kamu akan Ku beri.
(My Lord)*

*Sukses = Usaha + Doa
(My Friend)*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah Bapa dan seluruh penghuni surga, atas restu dan anugerah yang berlimpah hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **”PERANAN FAKTOR MOTIVASI, *BRANDING CONCEPT* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS MEREK”**

Waktu yang lama hingga skripsi ini akhirnya dapat selesai. Males, jengkel, capek, gak peduli..itu yang dirasakan. Penyesalan memang datang terlambat, tapi akan tidak berguna jika kita juga tidak mensyukuri atas apa yang telah kita lalui. Akhirnya skripsi ini aku persembahkan kepada semua orang yang selalu bertanya “SUDAH LULUS?”, “KAPAN LULUSNYA?”, “KAPAN WISUDA?”..hingga akhirnya kalian merasa bosan dan capek untuk menanyakan itu semua.

Teramat sangat terimakasih karena kalian semua begitu sayang dan perhatian kepada ku. Maaaafff..karena aku yang mengecewakan dan berulah semaunya. Kepada :

1. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M. Si selaku dosen pembimbing, terima kasih masih berkenan membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi.
2. Ibu F. Anita Herawati, M. Si dan Bapak Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA. Selaku dosen penguji, terima kasih atas masukannya selama menguji.
3. Papaku, Agustinus Legiyanto and Mamaku (alm) Maria Magdalena Somini...Huuufff..terima kasih atas doanya..Maaaafff terlalu lama untuk menyelesaikan S1, maaf untuk tidak peduli dengan apa yang telah disampaikan, maaf hingga akhirnya membuat jengkel dan bosan. Terima kasih atas dukungannya.

4. Mba Dian, Mas Joko, Adek gw..Angga.., Hera yang bikin kangen untuk mudik n refreshing di rumah...Maaf karena tiap kali kalian pun harus malu menjawab, karena aku belum lulus..terimakasih atas supportnya.
 5. Buat Don Ardesti Christiawan..huuuff..iya, jengkel tiap kali harus dimarah-marahin sampai akhirnya harus di ultimatum..Terima kasih untuk itu semua hingga akhirnya skripsi ini bisa selesai. Luv u, yank..
 6. Buat Jovita "brintik"..yang gak pernah capek untuk selalu ingetin, ina "ni keke"..seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi..terima kasih untuk semangat dan perhatiannya..
 7. Untuk seluruh penghuni fisip, Dosen, petugas TU, temen-temen bohlam, temen-temen FISIP; Keluarga besar Srengenge, Ranutirto, Rabono, Bu Puji, Christiawan, Patemon, Siswanto..Semua orang-orang terdekatku..terima kasih dan maafff telah mengecewakan..Tuhan
- Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis dengan senang hati menerima segala kritik dan saran yang dapat membantu memperbaiki skripsi ini, sehingga menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini, dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 23 September 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5

D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Teori.....	6
1. Motivasi Konsumen	8
2. Brand	14
3. Pengambilan Keputusan Konsumen	18
4. Strategi Produk	31
5. Brand Loyalty	38
F. Metodologi Penelitian.....	55
G. Kerangka Konsep.....	62

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Deskripsi Perusahaan	64
1. Riwayat Perusahaan	64
2. Tujuan dan Azas	70
3. Rangkaian Produk Unilever	80
B. Deskripsi Produk Sampo Sunsilk	85

BAB III PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian	97
1. Motivasi	99
2. Peranan Branding Concept	103
3. Keputusan Pembelian	105
4. Loyalitas Merek	120
B. Analisa Hasil Penelitian	137

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	162
B. Saran.....	171

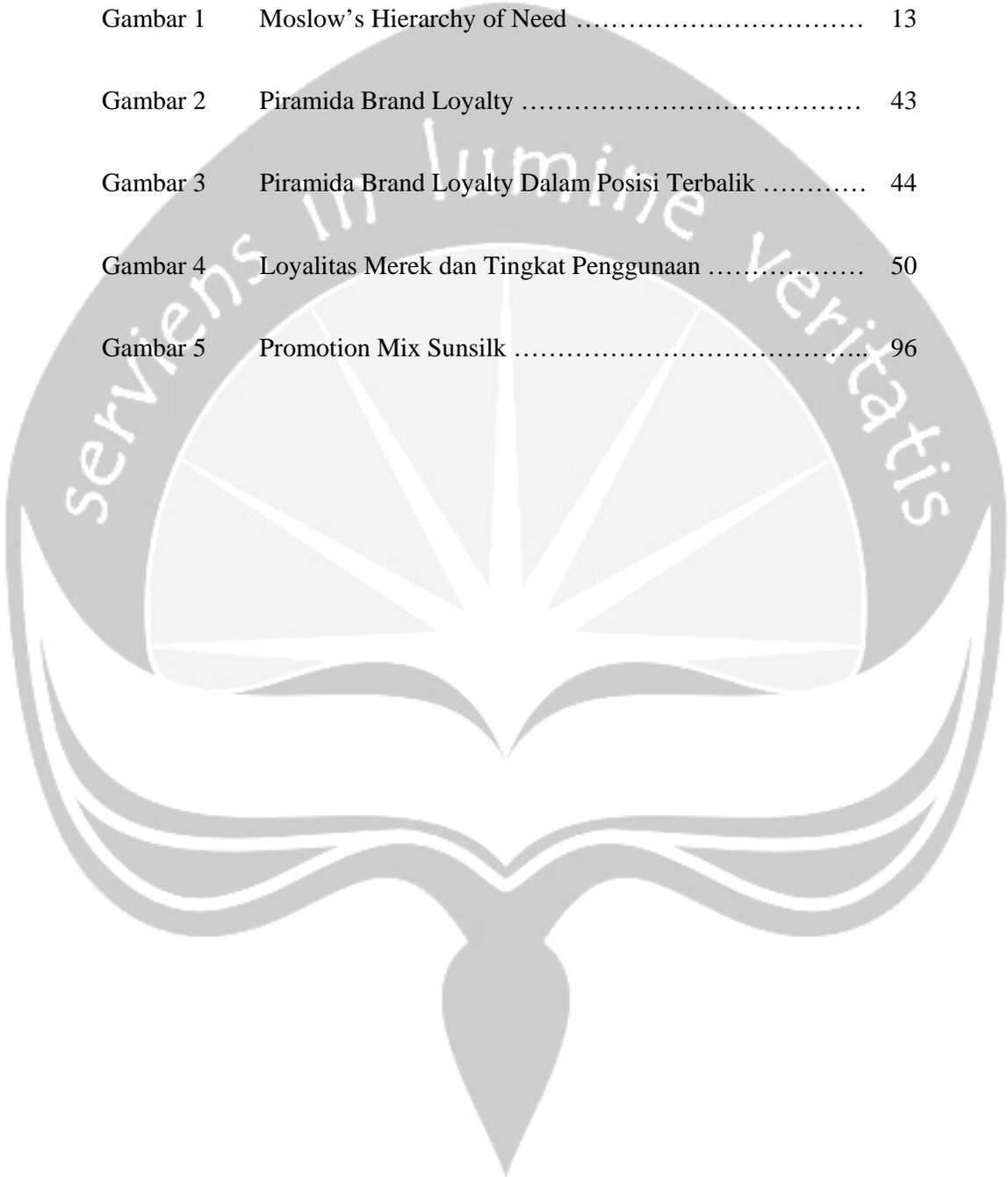
DAFTAR PUSTAKA.....	172
----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Belanja Iklan	3
Tabel 2	Bauran Barang Konsumen	36
Tabel 3	Contoh Kategori Pola Pembelian dan Urutan Pembelian Merek	48
Tabel 4	Produk Makanan Produk Unilever	82
Tabel 5	Produk Perawatan Rumah Produk Unilever	83
Tabel 6	Produk Perawatan Pribadi Produk Unilever	84
Tabel 7	Deretan Variasi Produk Sunsilk	88
Tabel 8	Deskripsi Produk Sampo Sunsilk	89
Tabel 9	Iklan Produk Paling Ditonton Bulan Maret	91
Tabel 10	Marketing Mix dan Promotion Mix	92
Tabel 11	Pola Pembelian dan Urutan Pembelian Merek Pada tiap Responden	156

DAFTAR GAMBAR

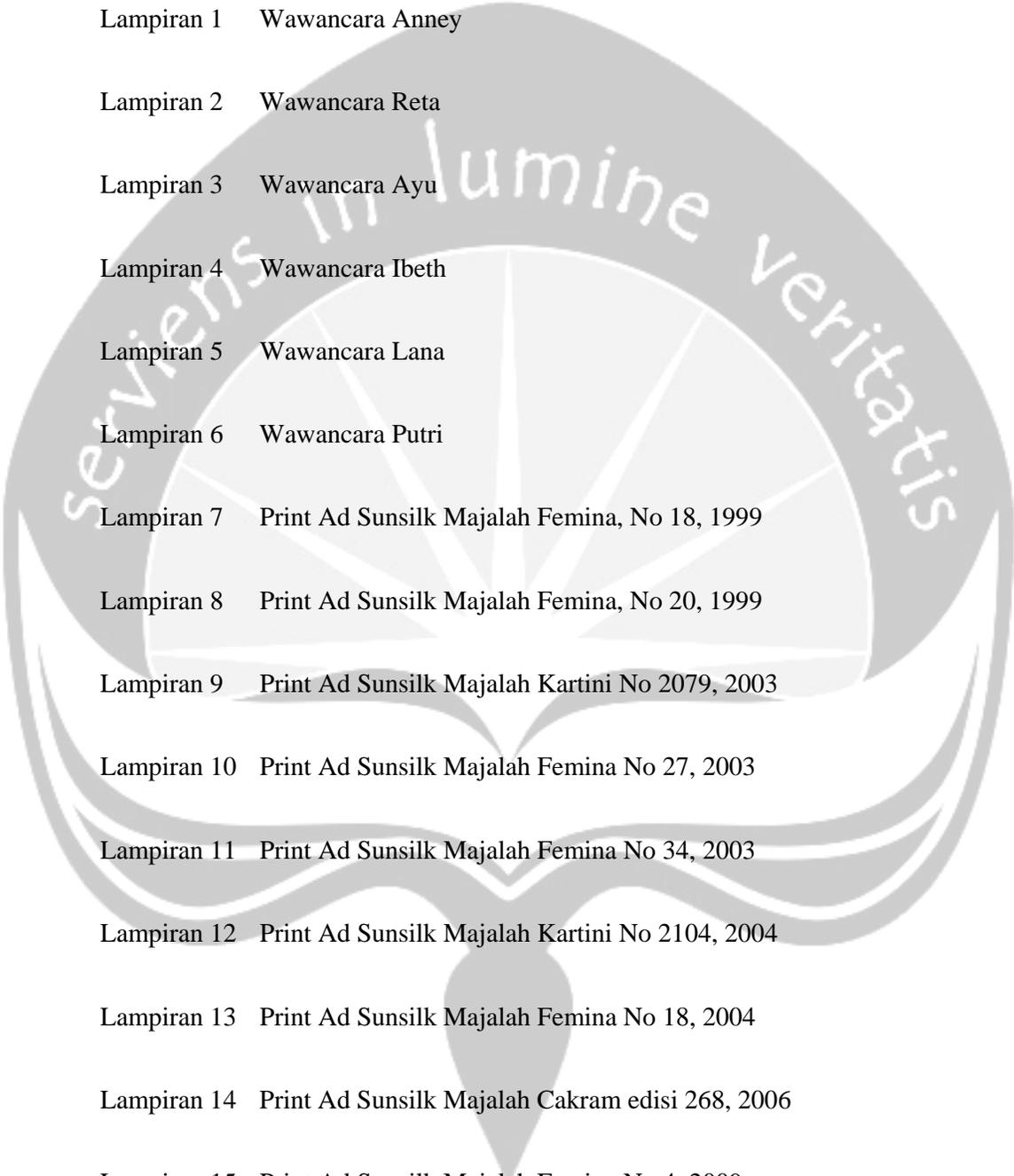
Gambar 1	Moslow's Hierarchy of Need	13
Gambar 2	Piramida Brand Loyalty	43
Gambar 3	Piramida Brand Loyalty Dalam Posisi Terbalik	44
Gambar 4	Loyalitas Merek dan Tingkat Penggunaan	50
Gambar 5	Promotion Mix Sunsilk	96



DAFTAR BAGAN

Bagan 1	Model Motivasi Sederhana	10
Bagan 2	Proses Pengambilan Keputusan oleh Konsumen	20
Bagan 3	Kategori Merek yang Diambil Kembali oleh Konsumen dari Memori Jangka Panjang Selama proses Pencarian Internal	23
Bagan 4	Model Proses Pasca Akuisisi	25
Bagan 5	Efek Loyalitas Merek	40

DAFTAR LAMPIRAN

- 
- Lampiran 1 Wawancara Anney
- Lampiran 2 Wawancara Reta
- Lampiran 3 Wawancara Ayu
- Lampiran 4 Wawancara Ibeth
- Lampiran 5 Wawancara Lana
- Lampiran 6 Wawancara Putri
- Lampiran 7 Print Ad Sunsilk Majalah Femina, No 18, 1999
- Lampiran 8 Print Ad Sunsilk Majalah Femina, No 20, 1999
- Lampiran 9 Print Ad Sunsilk Majalah Kartini No 2079, 2003
- Lampiran 10 Print Ad Sunsilk Majalah Femina No 27, 2003
- Lampiran 11 Print Ad Sunsilk Majalah Femina No 34, 2003
- Lampiran 12 Print Ad Sunsilk Majalah Kartini No 2104, 2004
- Lampiran 13 Print Ad Sunsilk Majalah Femina No 18, 2004
- Lampiran 14 Print Ad Sunsilk Majalah Cakram edisi 268, 2006
- Lampiran 15 Print Ad Sunsilk Majalah Femina No 4, 2009
- Lampiran 16 Print Ad Sunsilk Majalah Hair Ideas edisi 9, 2009

ABSTRAK

Berawal dari sebuah kebutuhan maka akan tercipta suatu keinginan. Kebutuhan yang harus dipenuhi oleh manusia terutama kebutuhan pokok mendorong suatu tindakan dengan berawal dari motivasi hingga akhirnya upaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Produsen sebagai pelaku perekonomian yang juga menciptakan barang dan jasa, terus mengembangkan inovasinya dalam pemenuhan kebutuhan tersebut.

Begitu banyaknya barang serta merek yang terdapat dipasaran guna mencukupi kebutuhan konsumen. Pilihan yang beraneka ragam tersebut membuat produsen berlomba-lomba untuk menghasilkan barang yang terbaik dan tentunya terjadi pembelian hingga tahapan pengulangan pembelian dan loyalitas konsumen pun akhirnya dapat terwujud. Banyak pihak yang berperan hingga akhirnya impian loyalitas merek dapat terwujud.

Perusahaan periklanan yang berperan dalam strategi komunikasi dan pemasaran hingga akhirnya pesan yang disampaikan oleh produsen dapat diterima oleh konsumen. Distributor yang berperan dalam saluran distribusi dari produsen hingga agen dan pengecer agar barang yang dibutuhkan masyarakat tersedia. Serta lingkungan dimana konsumen tinggal yang mampu memberikan informasi dalam usaha pemenuhan kebutuhan itu sendiri.

Melalui penelitian ini, penulis ingin mengetahui bagaimana peranan motivasi, branding concept dan keputusan pembelian dapat terwujud dalam membentuk loyalitas merek. Hingga akhirnya bermanfaat bagi banyak pihak.