

**PENGARUH KEPUASAN ATAS KINERJA PRODUK TERHADAP
LOYALITAS DAN KESEDIAAN PENGGUNA PELEMBAB POND'S
MELAKUKAN *WORD OF MOUTH***

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

Quartilla Muriyani Ika Ariswati

NPM : 04 03 14952

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

MARET, 2009

SKRIPSI

**PENGARUH KEPUASAN ATAS KINERJA PRODUK
TERHADAP LOYALITAS DAN KESEDIAAN PENGGUNA
PELEMBAB POND'S MELAKUKAN *WORD OF MOUTH***

Disusun Oleh :

Quartilla Muriyani Ika Ariswati

NPM: 04 03 14952

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



J. Sudarsono, Drs., MS.

Tanggal 16 Februari 2009

SKRIPSI

PENGARUH KEPUASAN ATAS KINERJA PRODUK TERHADAP LOYALITAS DAN KESEDIAAN PENGGUNA PELEMBAB POND'S MELAKUKAN *WORD OF MOUTH*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

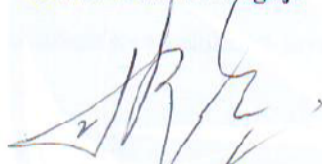
Quartilla Muriyani Ika Ariswati

NPM: 04 03 14952

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 16 Maret 2009
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



Ign. Sukirno, Drs., MS.

Anggota Panitia Penguji



AM. Rosa Widjojo, Dra., MBA.



J. Sudarsono, Drs., MS.

Yogyakarta, 16 Maret 2009
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. R. Maryatmo, MA.

FAKULTAS
EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Quartilla Muriyani Ika Ariswati

No. Mhs : 04 03 14952

Menyatakan bahwa skripsi berjudul "*pengaruh kepuasan atas kinerja produk terhadap loyalitas dan kesediaan pengguna pelembab Pond's melakukan Word Of Mouth*" adalah hasil karya sendiri. Pernyataan yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam karya tulis ini dalam bentuk catatan. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian ataupun seluruh karya tulis ini, maka saya bersedia melepaskan semua keputusan dan gelar yang diberikan kepada saya atas karya tulis ini, dan membatalkan kelulusan saya.

Yogyakarta, 16 Februari 2009



(Quartilla.M.Ika.A)

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan pada Tuhan Yesus Kristus Yang Maha Pengasih, atas berkat, kasih, bimbingan dan perlindungan-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat penulis selesaikan. Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen program Strata Satu Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidaklah terlepas dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, tenaga, dan bimbingannya kepada penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penulisan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. J. Sudarsono, DRS, MS, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dan saran-saran yang berguna dalam penyusunan skripsi ini.
2. Segenap dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah banyak memberikan bekal pengetahuan dan bantuan selama penulis duduk di bangku kuliah.
3. Papa dan Mama tersayang, terima kasih untuk dukungannya baik moril maupun materil, perhatian, kasih sayang dan DOA yang selalu menyertai langkahku serta kesabaran dalam menanti kelulusanku.
4. Adikku Resta dan Avit, thanks for being a nice sister, thanks for ur spirit, langkah kalian masih panjang.
5. Keluarga besar di Sragen untuk doa dan semangatnya.

6. Saprudin Batjo, terima kasih untuk semuanya, kasih sayang, perhatian, dan kedewasaanmu, juga untuk waktu yang telah kita lewati bersama.
7. Abang Aris, terima kasih untuk doanya, kasih sayangnya, perhatian, kesabaran dan waktunya dalam membimbing menjadi sosok yang lebih dewasa dan mengerti tentang arti hidup.
8. Teman-teman kost Windri : Ririn, Citra, Agik, Lena, Dian, Natnat, Ratih, Nanin, terima kasih untuk bantuan, canda tawa, kasih sayang, dan rasa kekeluargaan kita, kapan-kapan reunion.
9. Nilla Cherly Lintong, temen seperjuangan, terima kasih untuk semangatnya, sarannya, jalan-jalannya dan kebersamaan kita selama ini. Terus semangat.
10. Dimas, Teman curhat, antar jemput ketemu dosen, keluh kesahku, terima kasih untuk waktu yang diluangkan.
11. KKN's Family, Mas Andi, Nico, Kiki, Erick, Roy, terima kasih untuk kebersamaan kita selama KKN.
12. Segenap responden yang telah memberikan bantuan dalam meluangkan waktunya mengisi kuesioner untuk pengumpulan data guna menyusun skripsi ini dan semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini

dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri khususnya dan bagi semua pihak pada umumnya.

Yogyakarta, 16 Februari 2009

(Quartilla.M.Ika.A)

JEJAK-JEJAK KAKI

Semalam aku bermimpi
Sedang berjalan menyisir pantai bersama Tuhan
Di cakrawala terbentang adegan kehidupanku
Pada setiap adegan, aku melihat dua pasang jejak kaki di pasir
Sepasang jejak kakiku dan sepasang lagi jejak kaki TUHAN.
Setelah adegan berakhir dari kehidupanku, terhampar dihadapanku
Aku menoleh ke belakang melihat jejak kaki di pasir.
Aku memperhatikan bahwa berkali-kali sepanjang jalan hidupku,
terutama pada saat-saat paling gawat dan mencekam, hanya terdapat
sepasang jejak kaki saja.
Hal ini benar-benar membuat aku sangat kecewa, maka aku bertanya
Kepada TUHAN, "TUHAN, dimanakah Engkau?
Engkau mengatakan bila aku memutuskan untuk mengikuti Engkau,
Engkau akan berjalan bersama aku...sepanjang jalan hidupku.
Namun aku memperhatikan bahwa pada saat-saat paling gawat
dan beban berat menindas hidupku, hanya terdapat sepasang jejak kaki
saja, dan aku tidak mengerti pada waktu aku sangat membutuhkan
Engkau.
Engkau justru meninggalkan aku "
Tuhan menjawab," Anak-Ku, engkau sangat berharga di mataKu. Aku
sangat mengasihi engkau dan Aku tidak akan meninggalkan engkau.
Pada waktu engkau dalam bahaya dan dalam penderitaan,
Engkau hanya melihat sepasang jejak kaki saja, karena pada waktu itu
Aku menggendong kamu ".....

*Bersukacitalah dalam pengharapan
Sabarlah dalam kesesakan,
Dan bertekunlah dalam Doa !
(Roma 12:12)*

Ia membuat segala sesuatu
Indah pada waktunya
(Pengkhotbah 3:11)

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- *Tuhan-ku YESUS KRISTUS*
- *Papa dan mama yang selalu menyayangiku*
- *Semua orang yang menyayangiku dan kusayangi*

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Surat Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Motto.....	viii
Halaman Persembahan.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xix
Abstrak.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Atribut Produk.....	9
a. Merek.....	9

b. Kemasan.....	11
c. Jaminan (garansi).....	13
B. Kepuasan Konsumen.....	13
a. Pengertian, Definisi, dan Arti Penting Kepuasan Konsumen	13
b. Model Kepuasan Konsumen.....	14
c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	17
C. Loyalitas.....	19
a. Loyalitas Merek.....	19
b. <i>Store Loyalty</i>	20
D. <i>Word Of Mouth</i>	21
E. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
B. Sumber Data.....	25
C. Populasi dan Sampel.....	25
D. Metode Pengumpulan Data.....	26
E. Metode Pengujian Instrumen.....	28
1. Uji Validitas.....	28
2. Uji Reliabilitas.....	29
F. Metode Analisis Data.....	30
1. Analisis Persentase.....	30
2. Analisis <i>Chi Square</i>	30
3. Analisis <i>One Sample T-test</i>	31

4. <i>Independent sample t-test</i>	33
5. Analisis <i>One Way Anova</i>	34
6. Analisis Regresi Metode <i>Stepwise</i>	35
7. Uji F	37
8. Uji t	37
9. Koefisien Determinasi (R^2)	38
10. <i>Adjusted R²</i>	39
11. <i>Standardized</i>	40
12. <i>Unstandardized</i>	40
G. Gambaran Obyek Penelitian	41
BAB IV ANALISIS DATA	44
A. Analisis Validitas	44
B. Analisis Reliabilitas	46
C. Analisis Persentase.....	47
1. Berdasarkan Usia	47
2. Berdasarkan Karakteristik Sejak Kapan Menggunakan Pelembab Pond's.....	48
3. Berdasarkan Karakteristik Siapa Yang Merekomendasikan Untuk Menggunakan Pelembab Pond's.....	48
4. Berdasarkan Karakteristik Ukuran Kemasan Pelembab Pond's Yang Biasa Di Beli	49

5. Berdasarkan Karakteristik Lama Penggunaan Pelembab Pond's Yang Berdasarkan Kemasan Atau Ukuran Yang Dibeli.....	50
6. Berdasarkan Tempat Di Mana Biasanya Membeli Pelembab Pond's.....	50
7. Berdasarkan Jenis Kulit	51
D. Analisis <i>Chi Square</i>	51
1. Analisis Hubungan Antara Lama Penggunaan Pelembab Pond's Dengan Lama Penggunaan Pelembab Pond's Berdasarkan Ukuran Yang Biasanya Dibeli	52
2. Analisis Hubungan Antara Siapa Yang Merekomendasikan Dengan Jenis Kulit.....	51
3. Hubungan Antara Ukuran Kemasan Dengan Lama Penggunaan	52
4. Analisis Hubungan Di Mana Biasanya Konsumen Membeli Pond's Dengan Kategori Jenis Kulit.....	52
E. Analisis Regresi	53
1. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	56
2. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	56
3. Pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	57

4. Pengaruh Kepuasan Dan Loyalitas Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	58
F. Analisis Regresi Mediasi.....	59
1. Hasil Analisis Hubungan Antara Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen Dan <i>Word Of Mouth</i>	59
G. Analisis Regresi Moderasi.....	59
1. Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Ukuran Kemasan Pelembab Pond's Serta Interaksi Antara Kepuasan Konsumen Dengan Ukuran Kemasan Pelembab Pond's Terhadap Loyalitas Konsumen	62
2. Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Ukuran Kemasan Pelembab Pond's Serta Interaksi Antara Kepuasan Konsumen Dengan Ukuran Kemasan Pelembab Pond's Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	63
H. Analisis <i>One Sample T-test</i>	61
1. Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen dan <i>Word Of Mouth</i>	64
2. Perbedaan Tingkat Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Dan <i>Word Of Mouth</i> Ditinjau Dari Perbedaan Karakteristik Responden.....	65
I. Analisis <i>One Way Anova</i>	65
1. Hasil Analisis <i>One Way Anova</i> Berdasarkan Perbedaan Orang Yang Merekomendasikan Penggunaan Pelembab	

Pond's.....	65
2. Hasil Analisis <i>One Way Anova</i> Berdasarkan Perbedaan Ukuran Kemasan.....	66
3. Hasil Analisis <i>One Way Anova</i> Berdasarkan perbedaan Lama Penggunaan Pelembab Pond's	67
4. Hasil Analisis <i>One Way Anova</i> Berdasarkan Perbedaan Jenis Kulit	68
BAB V KESIMPULAN.....	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Analisis Validitas Kuesioner.....	45
Tabel 4.2	Analisis Reliabilitas Kuesioner.....	46
Tabel 4.3	Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.4	Persentase Responden Berdasarkan Karakteristik Sejak Kapan Menggunakan Pelembab Pond's.....	48
Tabel 4.5	Persentase Responden Berdasarkan Karakteristik Siapa Yang Merekomendasikan Untuk Menggunakan Pelembab Pond's	48
Tabel 4.6	Persentase Responden Berdasarkan Karakteristik Ukuran Kemasan Pelembab Pond's Yang Biasa Di Beli.....	49
Tabel 4.7	Persentase Responden Berdasarkan Karakteristik Lama Penggunaan Pelembab Pond's Yang Berdasarkan Kemasan/ Ukuran Yang Di beli	50
Tabel 4.8	Persentase Responden Berdasarkan Tempat Di Mana Biasanya Membeli Pelembab Pond's	50
Tabel 4.9	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kulit.....	51
Tabel 4.10	Hubungan Antara Sejak Kapan Menggunakan Pond's Dengan Lama Penggunaan Pelembab Pond's Berdasarkan Ukuran Yang Biasanya Di Beli.....	52
Tabel 4.11	Hubungan Antara Siapa Yang Merekomendasikan Dengan Jenis Kulit	52

Tabel 4.12	Hubungan Antara Ukuran Kemasan Dengan Lama Penggunaan	53
Tabel 4.13	Hubungan Antara Di Mana Biasanya Konsumen Membeli Pond's Dengan Kategori Jenis Kulit.....	54
Tabel 4.14	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	56
Tabel 4.15	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	56
Tabel 4.16	Pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	57
Tabel 4.17	Pengaruh Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	58
Gambar 4.2.	Model Regresi Mediasi Hasil Analisis Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Loyalitas Konsumen dan <i>Word of Mouth</i>	61
Tabel 4.18	Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Ukuran Kemasan Pelembab Pond's Serta Interaksi Antara Kepuasan Konsumen Dengan Ukuran Kemasan Pelembab Pond's Terhadap Loyalitas Konsumen	62
Tabel 4.19	Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Ukuran Kemasan Pelembab Pond's Serta Interaksi Antara Kepuasan Konsumen Dengan Ukuran Kemasan Pelembab Pond's Terhadap <i>Word Of Mouth</i> .	63
Tabel 4.20	Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen dan <i>Word Of Mouth</i>	64
Tabel 4.21	Hasil Analisis <i>One Way Anova</i> Berdasarkan Perbedaan Orang Yang Merekomendasikan Penggunaan Pelembab Pond's.....	65
Tabel 4.22	Hasil Analisis <i>One Way Anova</i> Berdasarkan Perbedaan ukuran Kemasan.....	66

Tabel 4.23	Hasil Analisis <i>One Way Anova</i> Berdasarkan Perbedaan Lama Penggunaan Pond's	67
Tabel 4.24	Hasil Analisis <i>One Way Anova</i> Berdasarkan Perbedaan Jenis Kulit	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Analisis Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 : Tabel Frekuensi

Lampiran 4 : Analisis *Chi Square*

Lampiran 5 : Analisis Regresi

Lampiran 6 : Analisis Regresi

Lampiran 7 : Analisis T-Test

Lampiran 8 : Analisis *One Way Anova*

Lampiran 9 : Analisis Persentase

**PENGARUH KEPUASAN ATAS KINERJA PRODUK TERHADAP
LOYALITAS DAN KESEDIAAN PENGGUNA PELEMBAB POND'S
MELAKUKAN *WORD OF MOUTH***

Disusun Oleh :

Quartilla Muriyani Ika Ariswati

NPM : 04 03 14952

Pembimbing Utama

J. Sudarsono, DRS, MS.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis : (1) pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, (2) pengaruh kepuasan konsumen terhadap *word of mouth*, (3) pengaruh loyalitas konsumen terhadap *word of mouth*, (4) pengaruh kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap *word of mouth*, (5) peran loyalitas konsumen sebagai mediator dalam hubungan antara kepuasan konsumen dengan *word of mouth*, (6) peran ukuran sebagai moderator dalam hubungan antara kepuasan konsumen dengan *word of mouth*, (7) peran ukuran sebagai moderator dalam hubungan antara kepuasan konsumen dengan *word of mouth*, (8) peran ukuran sebagai moderator dalam hubungan antara loyalitas konsumen dengan *word of mouth*, (9) perbedaan tingkat kepuasan konsumen, loyalitas konsumen dan *word of mouth* jika ditinjau dari perbedaan karakteristik konsumen.

Metode Penelitian yang digunakan dalam riset ini adalah : (1) telaah/kajian literatur, (2) penyebaran kuesioner, (3) simulasi dengan analisis analisis persentase, analisis *chi square*, Analisis *One Sample T-test*, *Independent sample t-test*, Analisis *One Way Anova*, Analisis Regresi Metode *Stepwise*, Uji F, Uji t, Koefisien Determinasi (R^2), *Adjusted R^2*, *Standardized*, *Unstandardized*.

Ada 9 temuan utama yang diperoleh dari penelitian ini. Pertama, konsumen merasa puas terhadap kinerja produk pelembab Pond's. Kedua, kepuasan konsumen terhadap kinerja produk pelembab Pond's berpengaruh pada *word of mouth*. Ketiga, Loyalitas konsumen terhadap kinerja produk pelembab Pond's berpengaruh pada *word of mouth*. Keempat, kepuasan konsumen dan loyalitas

konsumen berpengaruh pada *word of mouth*. Kelima, pengaruh kepuasan konsumen terhadap *word of mouth* dimediasi sebagian oleh loyalitas konsumen. Keenam, ukuran kemasan pelembab Pond's memoderasi (memperkuat) pengaruh kepuasan konsumen terhadap *word of mouth*. Ketujuh, ukuran kemasan pelembab Pond's memoderasi (memperkuat) pengaruh kepuasan konsumen terhadap *word of mouth*. Kedelapan, ukuran kemasan pelembab Pond's tidak memoderasi (memperlemah) pengaruh loyalitas konsumen terhadap *word of mouth*. Kesembilan, terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen, loyalitas konsumen dan *word of mouth* jika ditinjau dari perbedaan karakteristik konsumen.

Kata Kunci : Atribut produk, kepuasan, loyalitas, *word of mouth*