

**PENGARUH PENGALAMAN EMOSIONAL DAN
TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
TINGKAT KESETIAAN MEREK**

**(Studi Eksplanatif Kuantitatif tentang Pengalaman Emosional
Membeli Produk dari McDonald's Indonesia Berdasarkan
Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Tingkat Kesetiaan
Konsumen McDonald's Indonesia di Store McDonald's Jl. Jendral
Sudirman Yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh

FINA AFIANI

09 09 03760 / kom

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

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PENGALAMAN EMOSIONAL DAN TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP TINGKAT KESETIAAN MEREK**
(Studi Eksplanatif Kuantitatif tentang Pengalaman Emosional Membeli
Produk dari McDonald's Indonesia berdasarkan Tingkat Kepuasan
Konsumen terhadap Tingkat Kesetiaan Konsumen McDonald's Indonesia di
Store McDonald's Jl. Jendral Sudirman Yogyakarta)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh:

FINA AFIANI

09 09 03760 / KOM

disetujui oleh:



Dhyah Ayu Retno Widvastuti, S.Sos., M.Si

Dosen Pembimbing

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

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi: Pengaruh Pengalaman Emosional dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Tingkat Kesetiaan Merek (Studi Eksplanatif Kuantitatif Tentang Pengalaman Emosional Membeli Produk dari McDonald's Indonesia berdasarkan Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Tingkat Kesetiaan Konsumen McDonald's Indonesia di *Store* Mcdonald's Jl. Sudirman Yogyakarta)

Penyusun : Fina Afiani

NIM : 09 09 03760

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari, tanggal : Senn, 1 Juli 2013

Pukul : 13.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ig. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama

Dhvhah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si.

Penguji I

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

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fina Afiani

Nomor Mahasiswa : 09 09 03760 / KOM

Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan

Judul Karya Tulis : Pengaruh Pengalaman Emosional dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Tingkat Kesetiaan Merek (Studi Eksplanatif Kuantitatif Tentang Pengalaman Emosional Membeli Produk dari McDonald's Indonesia berdasarkan Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Tingkat Kesetiaan Konsumen Mcdonald's Indonesia di *Store* Mcdonald's Jl. Sudirman Yogyakarta)

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

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan *plagiarism*, pencurian hasil karya miliki orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan skripsi saya secara orisinol atau otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

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

Yogyakarta, 20 Juni 2013

Saya yang menyatakan


Fina Afiani
Penulis



ABSTRAK

Dunia waralaba semakin hari, semakin berkembang di zaman ini, persaingan untuk merebutkan hati pelanggan sehingga tercipta loyalitas konsumen semakin gencar dilakukan. Perusahaan tidak hanya berbicara mengenai bagaimana agar konsumen membeli produk secara berulang melainkan bagaimana sebuah perusahaan mampu untuk menyentuh emosional konsumen dan menciptakan kepuasan maksimal bagi konsumennya sehingga tidak mudah berpindah ke merek lain. Pentingnya menumbuhkan pengalaman emosional yang baik dan berkesan serta ditambah dengan kepuasan yang konsumen peroleh ketika melakukan pembelian dan konsumsi produk menjadi salah satu kunci dalam menciptakan kesetiaan konsumen tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Pengalaman Emosional Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Tingkat Kesetiaan Merek (Studi Eksplanatif Kuantitatif Tentang Pengalaman Emosional Membeli Produk dari McDonald's Indonesia Berdasarkan Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Tingkat Kesetiaan Konsumen McDonald's Indonesia di Store Mcdonald's Jl. Sudirman Yogyakarta). Penelitian menggunakan teori komunikasi disonansi kognitif sebagai teori utama dan teori lain mengenai komunikasi pemasaran dan merek, teori lain yang digunakan *brand*, pengalaman emosional dengan merek, *brand satisfaction*, dan *brand loyalty*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanatif kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Populasi yang diambil dalam penelitian ialah konsumen McDonald's Indonesia store Jl. Jenderal Sudirman Yogyakarta dengan jumlah responden sebanyak 84 orang.

Berdasarkan hasil dari penelitian diperoleh jika pengalaman emosional membeli produk McDonald's Indonesia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kesetiaan konsumen dan variabel kontrol yaitu tingkat kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap tingkat kesetiaan konsumen. Pengaruh antara kedua variabel semakin kuat jika ditambah dengan adanya variabel tingkat kepuasan konsumen. Hal ini menandakan jika pengalaman emosional berinteraksi secara langsung dengan merek serta pengaruh dari kepuasan yang dicapai konsumen akan memiliki kontribusi dalam membangun kesetiaan konsumen terhadap merek McDonald's Indonesia.

Kata Kunci: pengalaman emosional, tingkat kepuasan konsumen, tingkat kesetiaan merek.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan pada Tuhan Yesus,
selaku juru mudi atas hidup saya.

Mami Papi serta keluarga besar saya,
sebagai karya terbesar Tuhan dalam hidup saya.

“DIA selalu punya rencana dan cara,
jalanMu, itulah jalanku
rancanganMu, itulah hidupku”

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada *Tuhan Yesus*, yang tak henti-hentinya memberikan kesempatan tak terduga dan memberikan berbagai berkatNya kepada penulis. Selama penulis menjalani skripsi yang berjudul Pengaruh Pengalaman Emosional dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Tingkat Kesetiaan Merek (Studi Eksplanatif Kuantitatif Tentang Pengalaman Emosional Membeli Produk dari McDonald's Indonesia berdasarkan Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Tingkat Kesetiaan Konsumen McDonald's Indonesia di *Store McDonald's Jl. Jendral Sudirman Yogyakarta*) banyak pihak yang mendukung penulis selama penulis menyelesaikan skripsi dan secara pribadi penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang sangat mendukung penulis melalui kata pengantar ini,

1. Kedua orang saya, Mami Ada dan Papi Suhartanto yang selalu mendoakan, mendukung, menyemangati selama penulis membuat skripsi.
2. Keempat saudara saya, Fredy Kristanto, Fany Arista & Edy Susanto, Fery Wijaya yang selalu memberi dukungan, doa, semangat pada penulis dan mendengar keluh kesah serta mendampingi penulis.
3. Khong Ping yang selalu mendoakan penulis dan memberikan dukungan pada penulis.
4. Ibu Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing penulis dari awal hingga skripsi tuntas. Terimakasih Ibu.
5. Dosen penguji Bapak Agus Putranto, M.Si dan Bapak Bambang Wiratmaja, S.Sos. M.Si, yang memberikan kritikan dan saran positif untuk skripsi penulis.
6. Teman terbaik saya Siane Ivana, Chandra Stephanie, Andy Liega Buana selaku teman terbaik penulis, yang selalu memberikan waktu, dukungan, doa dan semangat bagi penulis.

7. Caecilia Mediana dan Fristyani Elizabeth selaku teman seperjuangan dan sahabat saya dari semester 1 yang selalu mendengarkan curhatan serta semangat dan dukungan selama skripsi.
8. Teman-teman saya Ferdy Tjusanto, Arianto Wibowo, Heru Ricky, Victoria Irene, Handrid Tjusanto, Yohana Paulina yang selalu menanyakan skripsi penulis dan mendukung penulis.
9. Teman *Student Staff* Perpustakaan UAJY, *terkhusus di Local Content*, Kak Rio Inggit Dharmawangsa dan Victoria Bunga yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam pengerjaan skripsi penulis.
10. Seluruh karyawan TU FISIP UAJY, karyawan dan *student staff* Perpustakaan yang lain. Seluruh teman-teman komunitas *Catholic Youth Fellowships*, terimakasih atas dukungan kalian.

Penulis menyadari masih adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat membantu penulis dan pembaca pada umunya.

Yogyakarta, 20 Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Abstraksi	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Bagan	xvii
Daftar Lampiran	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Teori.....	8
F. Kerangka Konsep.....	25
G. Hipotesis.....	28
H. Definisi Operasional	28
I. Metodologi Penelitian	34

1. Metode Penelitian	34
2. Jenis Penelitian.....	34
3. Lokasi Penelitian.....	35
4. Populasi dan Sampel	35
5. Metode Pengumpulan Data.....	37
6. Uji Validitas dan Reliabilitas	38
7. Metode Pengukuran Data.....	40
8. Metode Analisis Data.....	40

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi	43
1. Sejarah McDonald's Indonesia	43
2. Sejarah McDonald's Indonesia store Jl.Jendral Sudirman.....	45
3. Visi dan Misi.....	46
4. Logo McDonald's	47
B. Penjelasan Produk	47
1. Kualitas Bahan Pangan Produk.....	47
2. Produk McDonald's dan Harga.....	49
C. Sistem Pelayanan McDonald's Indonesia.....	57
1. Keunggulan Pelayanan.....	57
2. Convenience dan Family Marketing.....	57
3. Sistem Penanganan Keluhan.....	63

BAB III PEMBAHASAN

A. Analisis Data Penelitian	64
-----------------------------------	----

1. Uji Validitas Instrumen.....	64
2. Uji Reliabilitas Instrumen	69
B. Deskripsi Variabel Penelitian.....	71
C. Uji Hipotesis	103
D. Pembahasan.....	117
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	129
B. Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Characteristic.....	11
Tabel 1.2 Menguji Bunyi Musik.....	15
Tabel 1.3 Interpretasi Koefisien Regresi.....	42
Tabel 2.1 Daftar Produk dan Harga Produk McDonald's Indonesia	49
Tabel 3.1 Nilai Validitas Instrumen Pengalaman Emosional Produk.....	65
Tabel 3.2 Nilai Validitas Instrumen Tingkat Kepuasan.....	66
Tabel 3.3 Nilai Validitas Instrumen Tingkat Kesetiaan.....	68
Tabel 3.4 Nilai Reliabilitas Instrumen Pengalaman Emosional.....	69
Tabel 3.5 Nilai Reliabilitas Instrumen Tingkat Kepuasan	70
Tabel 3.6 Nilai Reliabilitas Instrumen Tingkat Kesetiaan	70
Tabel 3.7 Hasil Kuesioner Pengalaman Emosional	72
Tabel 3.8 Indikator Lagu 1.....	73
Tabel 3.9 Indikator Lagu 2.....	74
Tabel 3.10 Indikator Warna 1	75
Tabel 3.11 Indikator Warna 2	75

Tabel 3.12 Indikator Warna 3	76
Tabel 3.13 Indikator Rasa 1	77
Tabel 3.14 Indikator Rasa 2	78
Tabel 3.15 Indikator Bentuk 1	78
Tabel 3.16 Indikator Bentuk 2	79
Tabel 3.17 Indikator Aroma 1.....	80
Tabel 3.18 Indikator Aroma 2.....	81
Tabel 3.19 Hasil Kuesioner Variabel Tingkat Kepuasan.....	83
Tabel 3.20 Indikator Kualitas 1.....	84
Tabel 3.21 Indikator Kualitas 2.....	85
Tabel 3.22 Indikator Kualitas 3.....	86
Tabel 3.23 Indikator Kualitas 4.....	86
Tabel 3.24 Indikator Kualitas 5.....	87
Tabel 3.25 Indikator Kualitas 6.....	88
Tabel 3.26 Indikator Pelayanan 1.....	89
Tabel 3.27 Indikator Pelayanan 2.....	89
Tabel 3.28 Indikator Pelayanan 3.....	90

Tabel 3.29 Indikator Pelayanan 4.....	91
Tabel 3.30 Indikator Pelayanan 5.....	92
Tabel 3.31 Indikator Pelayanan 6.....	92
Tabel 3.32 Indikator Pelayanan 7.....	93
Tabel 3.33 Indikator Harga 1	94
Tabel 3.34 Indikator Harga 2	95
Tabel 3.35 Indikator Biaya 1.....	95
Tabel 3.36 Indikator Biaya 2.....	96
Tabel 3.37 Hasil Kuesioner Tingkat Kesetiaan.....	98
Tabel 3.38 Indikator Kesetiaan 1	99
Tabl 3.39 Indikator Kesetiaan 2	100
Tabel 3.40 Indikator Kesetiaan 3	101
Tabel 3.41 Indikator Kesetiaan 4	101
Tabel 3.42 Indikator Kesetiaan 5	102
Tabel 3.43 Uji Pengaruh Bunyi dengan Kesetiaan	103
Tabel 3.44 Uji Signifikasi Bunyi dengan Kesetiaan	104
Tabel 3.45 Uji Pengaruh Warna dengan Kesetiaan	105

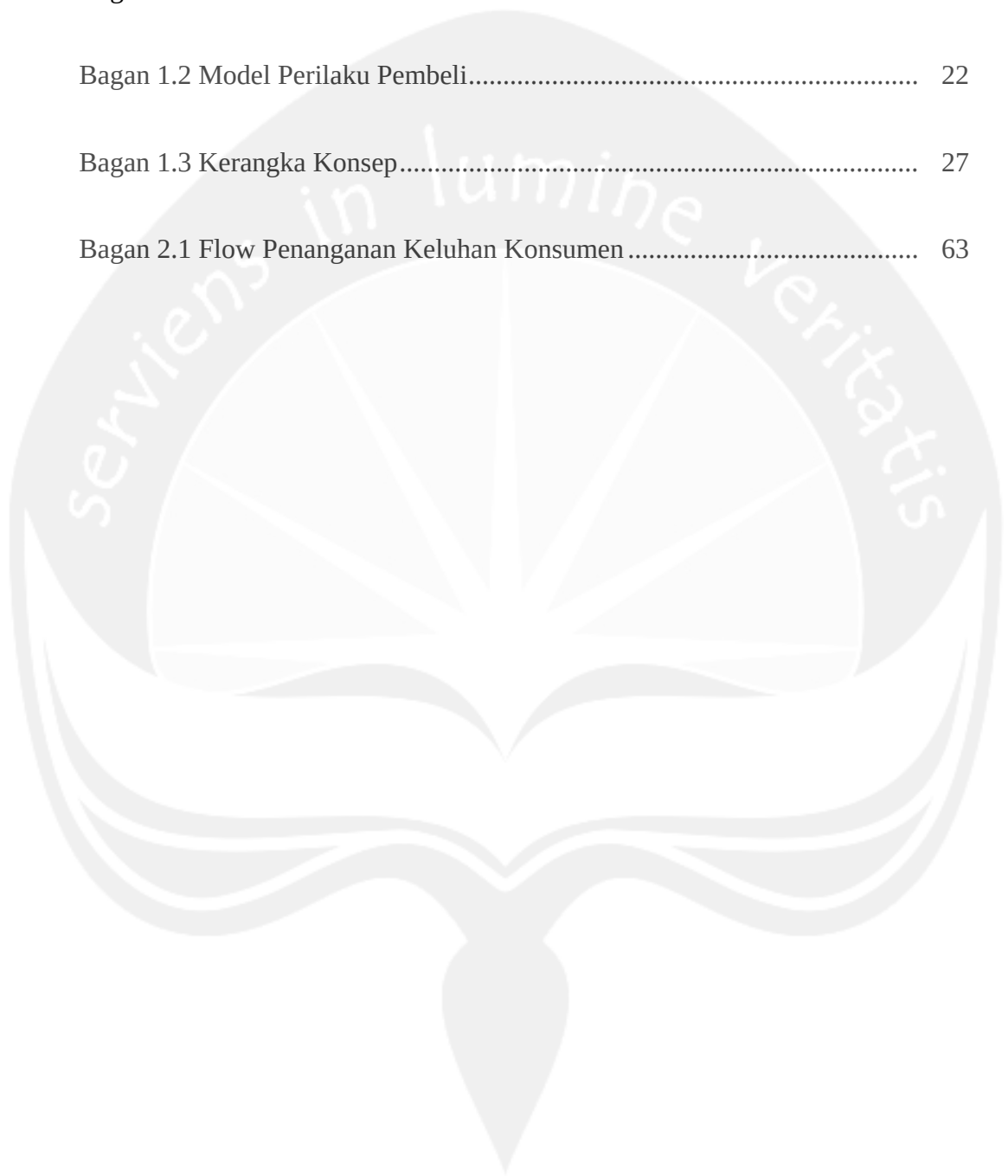
Tabel 3.46 Uji Signifikasi Warna dengan Kesetiaan	105
Tabel 3.47 Uji Pengaruh Rasa dengan Kesetiaan	106
Tabel 3.48 Uji Signifikasi Rasa dengan Kesetiaan	107
Tabel 3.49 Uji Pengaruh Bentuk dengan Kesetiaan.....	108
Tabel 3.50 Uji Signifikasi Bentuk dengan Kesetiaan	109
Tabel 3.51 Uji Pengaruh Aroma dengan Kesetiaan	110
Tabel 3.52 Uji Signifikasi Aroma dengan Kesetiaan.....	110
Tabel 3.53 Uji Pengaruh Variabel X terhadap Y	112
Tabel 3.54 ANOVA X terhadap Y.....	112
Tabel 3.55 Uji Signifikasi X terhadap Y.....	113
Tabel 3.56 Uji Pengaruh Variabel X dan Z terhadap Y	114
Tabel 3.57 ANOVA X dan Z terhadap Y	114
Tabel 3.58 Uji Signifikasi X dan Z terhadap Y	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo McDonald's	47
Gambar 2.2 Program promo Drive Thru.....	59
Gambar 2.3 Alur Drive Thru McDonald's Indonesia	59
Gambar 2.4 Alur COD McDonald's Indonesia	60
Gambar 2.5 McDelivery Service.....	61

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Perubahan Peran Merek	10
Bagan 1.2 Model Perilaku Pembeli.....	22
Bagan 1.3 Kerangka Konsep.....	27
Bagan 2.1 Flow Penanganan Keluhan Konsumen	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner Penelitian

Lampiran Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran Hasil Tabel Distribusi Frekuensi

Lampiran Hasil Olah Data Korelasi Tiap Indikator

Lampiran Hasil Uji Data Variabel Penelitian