

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP KOMITMEN MEREK**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

HERU HARTONO

B 100 100 088

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2014**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP KOMITMEN MEREK.**

Yang disusun oleh :

HERU HARTONO

B 100 100 088

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Februari 2014


Pembimbing Utama


(Dr. Anton Agus S, SE., M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta


(Dr. Triyono, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **HERU HARTONO**

NIRM : **B 100 100 088**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : “ **PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
KOMITMEN MEREK** ”.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Februari 2014

(HERU HARTONO)

MOTTO

" Dan agar orang-orang yang telah diberi ilmu menyakini bahwa (Al-Quran) itu benar dari Tuhanmu lalu mereka beriman dan hati mereka tunduk kepada-Nya. Dan sungguh, Allah pemberi petunjuk bagi orang-orang yang beriman kepada jalan yang lurus " .

(QS. Al - Hajj 54)

" Jika kamu berbuat baik sesungguhnya kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat buruk(jahat), maka sesungguhnya itu juga untuk dirimu sendiri " .

(QS. Al - Isra' 7)

" Kejujuran akan membawa ketenangan, sementara kebohongan akan menimbulkan keragu-raguan " .

(HR Turmidzi)

" Dengan berani meminta maaf atas kesalahan yang telah terjadi , tidak menjadikan seseorang itu menjadi tinggi/rendah derajatnya. dan orang yg ikhlas memaafkan maka orang itu sangat mulia " .

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT, yang telah memberikan hidup dan memegang kematian setiap mahluknya.
2. Rasulullah SAW, semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada Beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga, serta sahabat.
3. Islam Agamaku tercinta.
4. Bapak dan Ibu tercinta, yang telah memberikan kasih sayang dalam hidupku.
5. Kakak-kakakku, terimakasih untuk semuanya.
6. Bapak dan Ibu dosen semua, yang telah membimbingku selama aku menempuh studi.
7. Teman-temanku semuanya tanpa terkecuali, terima kasih banyak atas bantuan juga kebersamaannya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Pentingnya kepuasan konsumen dalam membeli dan memiliki suatu produk dengan merek tertentu sangat perlu diperhatikan oleh produsen dalam menciptakan produk yang berkualitas dan bermutu lewat sebuah merek, sehingga produsen dapat mengetahui keinginan konsumen saat memenuhi kebutuhannya dengan membeli suatu produk/barang lewat merek tertentu yang telah diketahui dan disukai oleh konsumen. Maksudnya, meskipun kualitas suatu produk terjamin, bila konsumen belum pernah mendengar maupun melihatnya bahkan menggunakannya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya dan menganggap suatu produk tersebut biasa saja. Dengan ini, penulis mengambil judul “ **KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KOMITMEN MEREK** ”.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi sebagian dari syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan Strata-1 Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan baik tenaga, pikiran serta dorongan dari berbagai pihak yang sangat besar nilainya.

Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Jati Waskito SE., M.Si. selaku Pembimbing Akademik, yang telah memberikan bimbingan dan saran selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, terima kasih atas saran dan bimbingannya selama ini.
4. Bapak Dr. Anton Agus S, SE., M.Si. selaku Pembimbing Utama dalam penyusunan skripsi ini, yang telah memberikan waktu, pikiran, dorongan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis untuk menjadi senjata dalam mendukung karir penulis nantinya.
6. Almamaterku tercinta, selalu ingat dengan pepatah “Jangan bangga pada almamatermu tapi banggakanlah almamatermu”.
7. Semua responden dalam penelitian ini, terimakasih atas kesediaan waktunya untuk mengisi angket.
8. Bapak (Diyono) dan Ibu (Subini) tercinta, terima kasih atas doa, kasih sayang, serta curahan motivasi dan semangat yang diberikan kepada penulis

serta masih banyak ungkapan yang tidak dapat penulis tuliskan secara terinci, hanya untaian doa yang penulis panjatkan agar Bapak dan Ibu senantiasa di limpahkan nikmat kebahagiaan, kesehatan, dan selalu mendapat perlindungan dari Allah SWT.

9. Kakak-kakakku semua terimakasih atas semua dukungan dan banyak saran serta didikan untuk penulis, hanya doa selalu sukses terus yang bisa penulis persembahkan.
10. Teman-teman semua satu angkatan 2010 dan Teman-temanku UKM Hema manajemen yang selalu Spektakuler luar biasa . . . Muhammad Fery Pasifik, Aulia Uswatun khasanah, Diajeng Lala Ikhtilafili, Dwi Lestari(queensha), Puji Hartanti, Diantik Herwidy, Civi Erikawati, Syarif Bawazier, Novita Rahmawati, Dwi Avrilia, Galih Wihatmoyo, Aan Eka Yulianto, Baharudin Yusuf, ichsan Nur P, Warsito, Muhammad Fauzin, Ervin Dwi P, Teman-teman angkatan 2011, Dek zidni Magfiroh, Dek Yunita Fajar Sari, Indah Estiyanah Sari, Noviyanti Choirun Nisa, Diana Maulida, Rifat Verlyla Ponto, Aprilia(Cupang), Yessi Arisnawati, Arbayu Restu Adi Nugroho, Prambudi putra, Rendra Purnama, Binsar Siregar, Rahmat Hananto, Agung Prastito, Teman-teman angkatan 2012, Wahyu Sulistyanto, Atok Riwanto, Dodi Indra Aditya, Umar Al-Farauq(Vava), Franky Putra, Yusman Efendi, Dek Amanda Anidia I W, Dina Marleni, Aisa Anindhitasari, Denok Sudarsini, dan Temen-temen aktivis angkatan 2013, dan yang lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kebaikan skripsi yang penulis susun.

Tidak ada yang sempurna di dunia ini, begitu pula dengan skripsi ini yang masih jauh dari sempurna. Semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Februari 2014
Penulis

HERU HARTONO

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKSI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan teori.....	7
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	7

2. Pengertian Komitmen merek.....	9
3. Pengertian Komitmen Afektif.....	10
4. Pengertian Komitmen Lanjutan.....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	11
C. Hipotesis.....	13
D. Kerangka Pemikiran Teoretis.....	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	14
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	14
1. Populasi.....	14
2. Sampel.....	15
3. Teknik Sampling.....	15
C. Variabel dan Definisi Operasional.....	16
D. Data dan Sumber Data.....	17
E. Metode Pengumpulan Data.....	18
F. Metode Analisis Data.....	19
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Data Responden.....	26
1. Deskriptif Responden Penelitian.....	26
2. Deskripsi Data.....	28
3. Uji Instrumen Penelitian.....	28
B. Pembahasan.....	39

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	43
B. Saran	43
C. Keterbatasan Penelitian.....	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoretis	13

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	26
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	27
Tabel 4.4 Deskripsi Data Penelitian	28
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas KMO and Bartlett's Test	29
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Pattern Matrix.....	30
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas masing-masing Variabel.....	31
Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis Persamaan 1 dan 2	32

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket Kuesioner
- Lampiran 2 Data Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas masing-masing Variabel
- Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis Persamaan 1 dan 2
- Lampiran 6 Tabel Distribusi r
- Lampiran 7 Tabel Distribusi t
- Lampiran 8 Tabel Distribusi F

ABSTRAKSI

Pentingnya kepuasan konsumen dalam membeli dan memiliki suatu produk dengan merek tertentu sangat perlu diperhatikan oleh produsen dalam menciptakan produk yang berkualitas dan bermutu lewat sebuah merek, Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep utama dalam wacana bisnis dan manajemen pemasaran. Dan mempertahankan pelanggan berhubungan dengan kepuasan pelanggan juga komitmen merek. Produsen perlu memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan lewat nama produk yang mudah diingat dan akhirnya disukai, sehingga ketergantungan kebutuhan antara produsen dan konsumen terpenuhi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap komitmen afektif dan komitmen lanjutan merek bagi mahasiswa universitas muhammadiyah Surakarta baik secara parsial maupun bersama-sama serta menemukan variabel yang berpengaruh paling dominan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi serta menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linier Sederhana, Uji t, Uji F, dan Uji R^2 . Hasil penelitian ini menunjukkan dalam uji regresi linier sederhana untuk persamaan 1: bahwa Nilai konstanta bernilai positif sebesar 2,586, artinya komitmen afektif sebesar 2,586. Koefisien regresi variabel kepuasan konsumen (b) bernilai positif sebesar 0,680, artinya jika konsumen semakin puas maka komitmen afektif juga semakin meningkat. Untuk Persamaan 2: bahwa Nilai konstanta bernilai positif sebesar 1,301 artinya komitmen lanjutan sebesar 1,301. Koefisien regresi variabel kepuasan konsumen (b) bernilai positif sebesar 1,385, artinya jika konsumen semakin puas maka komitmen lanjutan juga semakin meningkat. Selain itu, Hasil uji t dan F menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan komitmen afektif terhadap kepuasan konsumen, Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar 9,861 dan signifikansinya sebesar 0,000. Serta nilai F_{hitung} sebesar 97,234 dan signifikansinya sebesar 0,000. Dan Hasil uji t dan F menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan komitmen lanjutan terhadap kepuasan konsumen, Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar 9,493 dan signifikansinya sebesar 0,000. Serta nilai F_{hitung} sebesar 90,122 dan signifikansinya sebesar 0,000.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, komitmen afektif, komitmen lanjutan.