

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
MEREK PADA KAIN TENUN LURIK “PRASOJO”
(PT. KUSUMATEX, PEDAN)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

**DIDIEN JATU WIJAYATI
B100110346**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH SURAKARTA
TAHUN 2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
MEREK PADA KAIN TENUN LURIK “PRASOJO”
(PT. KUSUMATEX PEDAN)**

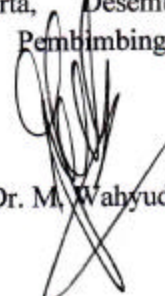
Yang ditulis oleh :

DIDIEN JATU WIJAYATI
B100110346

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut
telah memenuhi syarat untuk diterima.



Surakarta, Desember 2015
Pembimbing

(Prof. Dr. M. Wahyuddin, MS.)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta


(Dr. Triyono, M.Si.)




UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **DIDIEN JATU WIJAYATI**
NIRM : **B100110346**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI LOYALITAS MEREK
PADA KAIN TENUN LURIK "PRASOJO"
(PT. KUSUMATEX, PEDAN)**

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 atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

27 Desember 2015
Surakarta,.....

Yang membuat pernyataan,

DIDIEN JATU WIJAYATI

MOTTO

Jangan hina pribadi anda dengan kepalsuan karena dialah mutiara diri anda yang tak ternilai
(Nibroza)

Sebuah undang-undang, nilai, peraturan atau keputusan dari syariat (hukum islam). Untuk sampai pada suatu doktrin hukum baru, seseorang harus menggunakan metodologi yang sistematis yang digunakan untuk mengambil makna dari sumber-sumber.
(Al – Ahkam)

Bersikaplah kukuh seperti batu karang yang tidak putus-putusnya dipukul ombak. Ia tidak saja tetap berdiri kukuh, Bahkan ia menentramkan amarah ombak dan gelombang itu.
(Marcus Aurelius)

Istri ialah makhluk yang dikirm Allah SWT layaknya bumbu yang selalu melengkapi setiap masakan, begitu pula seorang istri yang senantiasa menjadi bumbu suami agar hidup suami tak menjadi hambar.
(Afif Abdur Rouf)

Alif Lam Ra (ini adalah) kitab yang kami turunkan kepadamu supaya kamu mengeluarkan manusia dari gelap gulita kepada cahaya terang benderang dengan izin Tuhan mereka (yaitu) menuju jalan Tuhan yang Maha Perkasa lagi Maha Terpuji.
(Qs Ibrahim : 1)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh hormat dan kesungguhan hati penulis membersembahkan sebuah karya kecil ini teruntuk :

- ✍ Allah SWT yang senantiasa membimbing dan memberikan ridho-Nya disetiap langkah yang tengah saya tempuh.Tanpa lelah dan bosan.Tanpa campur tangan indahNya apalah arti sebuah tulisan ini.Dengan penuh harap dengan diawali dan dapat pula segera diproses untuk sampai pada akhir nanti menyelesaikan dengan mendekati sempurna dan menjadiberkahuntuksemua.
- ✍ Rosulluloh SAW semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada Beliau Nabi Muhamad SAW, kluarga serta sahabat.
- ✍ Suami saya tercinta yang dengan kasih nan tulus dan senantiasa sabar membimbing dan meneduhkan hati disetiap perjalanan hidup dan karier saya.Mendampingi dikeadaan hidup saya,semangat dan dukungan yang tiada henti dari segi fisik,materi maupun moril.
- ✍ Mama dan Bapak serta Ibu dan Bapak mertua yang selalu mendukung dan memotivasi dengan kegigihan mereka.Menyentuh dengan hangat penuh harap agar saya senantiasa melangkah tanpa ragu menyelesaikan studi saya untuk mendapat gelar Sarjana.
- ✍ Rekan – rekan kerja,Mantan rekan kerja maupun Maupun Atasan saya yang slalu memberikan saya untuk berkarier meski saya dalam keadaan menyelesaikan studi.Dengan besar hati menerima saya dalam keadaan yang sedemikian rupa.
- ✍ Para sahabat yang tak dapat saya sebut satu persatu yang selalu memberikan canda dan tawa agar saya dapat melewati rintangan dengan keadaan bahagia.
- ✍ Kakak – kakak saya yang slalu memberikan motivasi dan pembelajaran hidup agar saya dapat membedakan mana hal baik dan mana hal buruk.Hitam dan putih dalam kehidupan.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur saya tujukan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada saya selaku penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS MEREK PADA KAIN TENUN LURIK PRASOJO PT.KUSUMATEX, PEDAN”**.

Skripsi ini disusun guna memenuhi kriteria dan salah satu persyaratan dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Surakarta.

Selama kurun waktu dalam penyelesaian skripsi ini telah hadir atas campur tangan berbagai pihak yang membantu dan untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Surakarta.
2. Bapak Anton Agus Setiyawan, S.E., M.Si., Dr., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen Universitas Muhamadiyah.
3. Bapak Prof. Dr. HM. Wahyuddin, MS., selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis dalam penulisan demi kemajuan skripsi penulis.
4. Bapak Anton Agus Setiyawan, S.E., M.Si., Dr., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan sarana selama penulis

menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Surakarta.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen Universitas Muhamadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Suami dan malaikat kecilku yang senantiasa melimpahkan kasih sayangnya dan dukungan serta bantuan baik dalam bentuk materil maupun moril sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
7. Bapak Mama dan Bapak Ibu mertua yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik,serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan. Penulis menyadari bahwa penyusunan ini masih jauh dari kata sempurna,maka penulis sangat berterimakasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Desember 2015

Penulis



DIDIEN JATU WIJAYATI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMANPERNYATAAN KEASLIAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Maksud dan Tujuan	2
C. Manfaat	3
D. Sistematika Penulisan Skripsi	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Kepuasan Konsumen	6
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	6
2. Komponen Kepuasan Pelanggan	7
3. Ciri-ciri Konsumen yang Puas	8
4. Faktor -faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	8

B. Kualitas	11
C. Harga	13
D. Merek	22
E. Pelayanan.....	24
F. Citra	26
G. Penelitian terdahulu.....	27
H. Kerangka Pemikiran.....	28
I. Hipotesis	29
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Populasi dan Sampel	31
C. Definisi Operasional Variabel.....	31
D. Data dan Sumber Data	35
E. Metode Pengumpulan Data	35
F. Metode Analisis Data	36
1. Uji Instrumen	36
2. Analisis Regresi Berganda	37
3. Uji Ketepatan Parameter	39
4. Uji Ketepatan Model	40
5. Uji Asumsi Klasik	42
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Pelaksanaan Penelitian.....	45
B. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	47

C. Analisis Data	50
D. Uji Regresi Linier Berganda	53
E. Uji Ketepatan Model	55
1. Uji F	55
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
F. Uji Hipotesis dan Pembahasan	56
BAB V PENUTUP	61
A. Simpulan	61
B. Keterbatasan Penelitian	62
C. Saran	63

DAFTAR ISI

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1. Daftar Responden Pelanggan Kain Lurik Prasojo	47
Tabel IV.2. Distribusi Kuisisioner	48
Tabel IV.3. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	49
Tabel IV.4. Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel IV.5. Hasil Uji Normalitas	51
Tabel IV.6. Hasil Pengujian Multikolonieritas	52
Tabel IV.7. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	53
Tabel IV.8. Rangkuman Hasil Regresi Linear Berganda	54

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh loyalitas pelanggan beserta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pelanggan lainnya, misalkan saja pada merek dan harga produk. Sehingga para pelanggan baik dari kalangan menengah-keatas berlomba-lomba untuk mengenakan dan menjadi *customer* setia produk dari “PRASOJO” dalam mangsa pasar yang tengah ada saat ini, di kala kain batik masih sangat diinginkan dan *familiar*. Apalagi di Soloraya ini sendiri Batik Laweyan masih sangat menjadi *trend* dan pesaing yang perlu di perhatikan.

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan kain Lurik Prasojo sebanyak 55 responden. Metode analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji F, uji t dan uji koefisien determinasi. Asumsi klasik menggunakan uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Hasil uji t diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,545 > 2,015$ dengan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak pada taraf signifikansi 0,05. Artinya variabel kualitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, 2) Hasil uji t diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,398 > 2,015$ dengan nilai signifikansi $0,021 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak pada taraf signifikansi 0,05. Artinya variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, 3) Hasil uji t diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,449 > 2,015$ dengan nilai signifikansi $0,018 > 0,05$. Hal ini berarti H_0 diterima pada taraf signifikansi 0,05. Artinya variabel merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, 4) Hasil uji t diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,057 > 2,015$ dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak pada taraf signifikansi 0,05. Artinya variabel pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan; 5) Hasil uji t diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,222 > 2,015$ dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak pada taraf signifikansi 0,05. Artinya variabel citra berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji F diperoleh kesimpulan bahwa variabel kualitas (X1), Harga (X2), Merek (X3), Pelayanan (X4), dan Citra (X5) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), hal ini terbukti dari hasil analisis regresi diketahui nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,745 > 2,427$).

Kata Kunci: kualitas, harga, merek, pelayanan, citra dan kepuasan konsumen.

Abstract

The purpose of this study was to analyze the effect of customer loyalty as well as the factors that influence other customers, let alone on the brand and the product price . So customers both from middle - and upper vying to wear and become a loyal customer of the product "Prasojo " in the middle of prey market exists today, in times of batik cloth is still very desirable and familiar. Especially in this Soloraya own Batik Laweyan still a trend and competitor that needs attention.

The sample in this study were all customers Lurik fabrics Prasojo by 55 respondents . Methods of data analysis using multiple linear regression test, F test, t test and test the coefficient of determination Using the classic al assumption of normality test, multicollinearity and heteroscedasticity.

The results showed that 1) The test results are known $t_{value} > t_{table}$ or $2.545 > 2.015$ with 0.014 significance value < 0.05 . This means that H_0 is rejected at the 0.05 significance level. This means that the variable quality of the effect on customer satisfaction, 2) test results are known $t_{value} > t_{table}$ or $2.398 > 2.015$ with 0.021 significance value < 0.05 . This means that H_0 is rejected at the 0.05 significance level. This means that the price variable effect on customer satisfaction, 3) The t test result is known $t_{value} > t_{table}$ or $2.449 > 2.015$ with significant value $0.018 > 0.05$. This means that H_0 is accepted at significance level of 0.05 . This means that brand variable effect on customer satisfaction, 4) The test results are known $t_{count} > t_{table}$ or $3.057 > 2.015$ with 0.004 significance value < 0.05 . This means that H_0 is rejected at the 0.05 significance level. This means service variable effect on customer satisfaction; 5) The test results are known $t_{value} > t_{table}$ or $3.222 > 2.015$ with 0.002 significance value < 0.05 . This means that H_0 is rejected at the 0.05 significance level. This means that the image variable effect on customer satisfaction.

Based on the results of the F test is concluded that the variable quality (X1), Price (X2), Brand (X3), Services (X4), and Citra (X5) have influence simultaneously to variable customer satisfaction (Y), it is evident from the results regression analysis of known $F_{value} > F_{table}$ ($15.745 > 2.427$).

Keywords : quality , price , brand , service , image and customer satisfaction .