

**PERBANDINGAN LOYALITAS TOKO ANTARA
PEMASARAN *ONLINE* DAN *OFFLINE* PADA PRODUK *HIGH*
*INVOLVEMENT***



SKRIPSI

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

Oleh:

CAHAYA PUTRI

B100140020

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

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PERBANDINGAN LOYALITAS MERK ANTARA
PEMASARAN *ONLINE* DAN *OFFLINE* PADA PRODUK *HIGH INVOLVEMENT***

Yang ditulis oleh:

CAHAYA PUTRI

B100140020

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 5 Februari 2018

Pembimbing Utama



(Kusdyarssana, S.E.,M.Si.,Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, M.M)



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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **CAHAYA PUTRI**
NIRM : **B100140020**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PERBEDAAN LOYALITAS TOKO PADA PEMASARAN *ONLINE* DAN *OFFLINE* PADA PRODUK *HIGH INVOLVEMENT***

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 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, 5 Februari 2018
Yang membuat pernyataan,

(CAHAYA PUTRI)

MOTTO

Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan, karena itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang lain) dan kepada Tuhan, berharaplah

(QS Al Insyirah : 6-8)

Orang-orang hebat di bidang apapun bukan baru bekerja karena mereka terinspirasi, namun mereka menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka bekerja.

Mereka tidak menyia-nyiakan waktu untuk menunggu inspirasi.

(Ernest Newman)

Sesuatu yang belum di kerjakan, seringkali tampak mustahil, kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik.

(Evelyn Underhill)

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

(Thomas Alva Edison)

Jadilah kamu manusia yang pada kelahiranmu semua orang tertawa bahagia, tetapi hanya kamu sendiri yang menangis, dan pada kematianmu semua orang menangis

sedih, tetapi hanya kamu sendiri yang tersenyum

(Mahatma Gandhi)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya hingga terselesaikan skripsi ini, kupersembahkan untuk:

- Allah SWT yang telah memberi anugerah di hidupku dan senantiasa mencurahkan nikmat serta hidayah-Nya.
- Rasulullah SAW semoga shalawat dan salam selalu tercurah kepada Beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
- Bapak (Widodo) Ibu (Nur Wahyuni) tercinta yang telah memberikan semuanya, doa, kasih sayang, cinta, pengorbanan, dukungan dan kebahagiaan yang begitu indah dalam hidupku. Semoga Allah selalu melimpahkan berjuta kenikmatan yang tiada henti kepada Bapak dan Ibu.
- Untuk Andriyanto terimakasih selalu ada mencurahkan motivasi, semangat, dan selalu menemani di saat senang atau susah serta selalu memberikan dukungan kepadaku untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
- Untuk Anisyah Kholifah dan Almira Nur Aulia yang selalu memberikan dukungan serta motivasinya untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Teman-teman seperjuangan ku Lathifah Mufti, Berlian Dhaniara, Danar Sandy, serta semua teman-temanku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
- Almamater Universitas Muhammadiyah Surakarta tercinta.

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji perbedaan perbandingan loyalitas toko antara pemasaran online dan offline pada produk high involvement. Populasi penelitian adalah mahasiswa dan pekerja di surakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan mengambil 100 responden dengan 50 responden yang memakai online dan 50 responden yang memakai offline. Penelitian ini menggunakan uji independen sample T tes. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil uji t menunjukkan untuk variabel komitmen, sikap dan loyalitas tidak memiliki persepsi yang berbeda sedangkan kepuasan konsumen dan minat beli memiliki persepsi yang berbeda.

Kata Kunci: *komitmen, sikap kepuasan konsumen, minat beli, dan loyalitas*

ABSTRACT

The study aims to test the difference of brand loyalty comparison between online and offline store on high involvement product. The study population were students and workers in Surakarta. Data collection techniques using questionnaires by taking 100 respondent test sample T test. Based on the result of the research, the result of T test shows that for variable commitment, attitude and loyalty do not have different perception that consumer's nuance and buying interest have different perception.

Keywords: commitment, consumer satisfaction, buying interest, and loyalty

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur alhamdulillah penulis penatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat hidayah-Nya serta memberikan ketabahan, kekuatan, kemudahan dan kedamaian berfikir dalam menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “PERBANDINGAN LOYALITAS TOKO ANTARA PEMASARAN *ONLINE* DAN *OFFLINE* PADA PRODUK *HIGH INVOLVEMENT*” untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mencaoi gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari sepenuhnya tanpa adanya bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu melaksanakan skripsi ini dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Syamsudin M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berkenaan dengan ikhlas dan penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan ini dan terimakasih atas waktu yang diberikan untuk berkonsultasi.
2. Imronudin SE.M.Si.P.H.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Kussudyarsana, S.E.,Msi.,Ph.D. selaku Pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam studi penulis.
4. Seluruh Dosen Program Stidu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak Ibu tercinta, terima kasih atas doa dan kasih sayang yang telah kalian berikan, pengorbananmu yang tiada lekang dan semoga tetesan butir-butir keringat kalian terwujud sebagai keberhasilan dan kebahagiaanku, dan maaf jika selalu membuat bapak dan ibu kecewa.
6. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun sangat kami apresiasi. Semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassala'mualaikum Wr.Wb.

Surakarta, 5 Februari 2018

Penulis

CAHAYA PUTRI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Komitmen	10
B. Sikap	12
C. Kepuasan	15
D. Minat Beli	17
E. Loyalitas	18
F. Produk High Involvement	21
G. Penelitian Terdahulu.....	21
H. Kerangka Pemikiran	24
I. Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Obyek Penelitian	27
C. Sumber Data	27
D. Populasi, sampel dan Sampling	28
E. Definisi Operasional dan Pengukuran	30
F. Metode Analisis Data	31
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Diskripsi Responden.....	34
B. Metode Analisis Data	43
C. Pembahasan	47
BAB V PENUTUP.....	52
A. Kesimpulan.....	52
B. Keterbatasan Penelitian	53
C. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	34
Tabel 4.2.Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3.Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.4.Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	37
Tabel 4.5.Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	38
Tabel 4.6.Karakteristik Responden Berdasarkan Lama menggunakan online	39
Tabel 4.7.Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Toko Online	39
Tabel 4.8.Karakteristik Responden Berdasarkan Produk	40
Tabel 4.9.Karakteristik Responden Berdasarkan Toko Online.....	41
Tabel 4.10.Karakteristik Responden Berdasarkan Toko Fashion.....	42
Tabel 4.11.Karakteristik Responden Berdasarkan Toko Elektronik.....	42
Tabel 4.12.Hasil Deskriptive Data memakai Online	43
Tabel 4.13.Hasil Deskriptive Data memakai Offline.....	44
Tabel 4.14.Hasil Pengujian T Test.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data dengan SPSS