

# SKRIPSI

*Evi Widiastutik Wiyono*


## PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PEMBELIAN PRODUK VITAMIN C MEREK SUPER ESTER C DI SURABAYA



No. INDUK	3145 / 01
TGL TERIMA	14 - 03 - 01.
<del>PK I</del>	
<del>PK II</del>	
No. BUKU	FE-17 Wiy PK-1
KCP/KE	1 (satu)

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2000

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PADA PEMBELIAN PRODUK VITAMIN C  
MEREK SUPER ESTER C DI SURABAYA



SKRIPSI  
diajukan kepada  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memp peroleh gelar Sarjana Ekonomi  
Bidang Studi Manajemen

OLEH:

Evi Widiastutik Wiyono

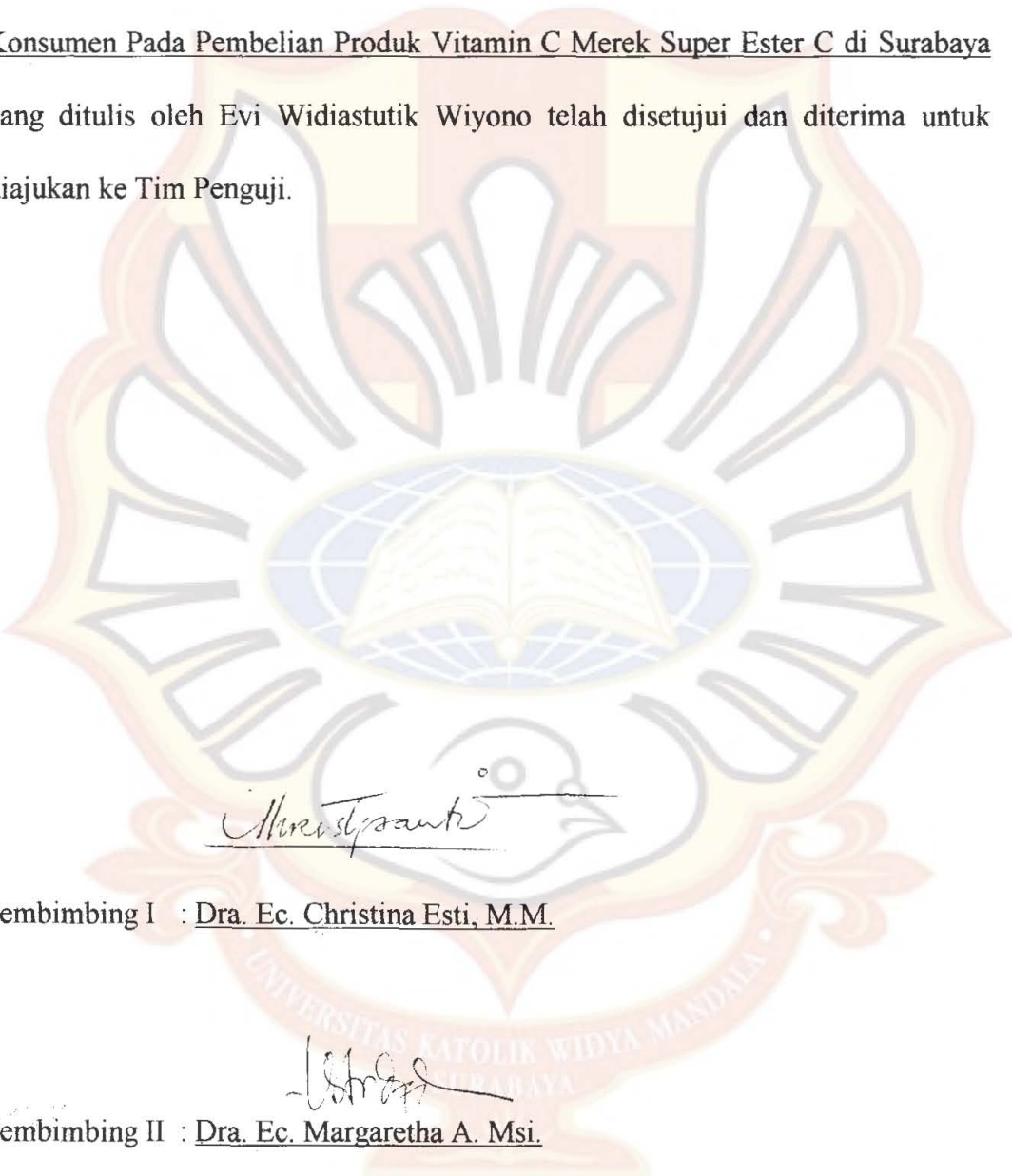
3103096296

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

Juli 2000

## LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pembelian Produk Vitamin C Merek Super Ester C di Surabaya yang ditulis oleh Evi Widiastutik Wiyono telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



*Christiana Esti*

Pembimbing I : Dra. Ec. Christina Esti, M.M.

*Margaretha A. Msi*

Pembimbing II : Dra. Ec. Margaretha A. Msi.

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Evi Widiastutik Wiyono NRP 3103096296

Telah disetujui pada tanggal ... 18/8/2020 ..... Dan dinyatakan LULUS oleh

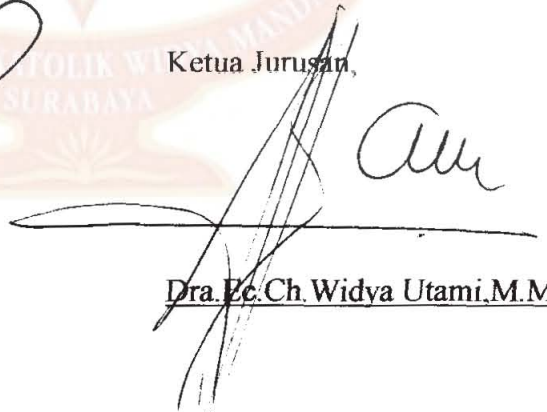
Ketua Tim Penguji:

  
Drs. Ec. Teman Koesmono, M.M.

Mengetahui:



Ketua Jurusan,

  
Dra. Ec. Ch. Widya Utami, M.M.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan pembuatan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pembelian Produk Vitamin C Merek Super Ester C Di Surabaya”.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari sepenuhnya akan kemampuan dan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki sehingga dalam menguraikan permasalahan serta pengulasannya masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat lebih menyempurnakan isi dari skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra.Ec.Christina Esti,M.M. dan Ibu Dra.Ec.Margaretha A.Msi., selaku dosen pembimbing yang telah banyak mencurahkan waktu, memberikan saran, pengarahan, dan nasehat dari awal hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ec. Rido Tanago, MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.

3. Bapak Drs. Ec. M. Sairozi, MM selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.
4. Ibu Dra.Ec.Christina Widya Utami, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan ijin dan pengarahan untuk penulisan skripsi ini.
5. Bapak Drs.Ec.Siprianus, M.M selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan masa studi penulis.
7. Pimpinan dan karyawan PT.Totalcitra Jaya Mandiri yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
8. Orang tua, kakak, dan adik yang telah senantiasa memberikan doa, perhatian, dorongan, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Terakhir kepada semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu-persatu atas segala bantuannya baik secara moril maupun materiil.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil pemikiran yang tertuang dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak PT.Totalcitra Jaya Mandiri serta pembaca.

Surabaya, Juli 2000

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
ABSTRAKSI .....	ix
BAB 1: PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	2
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian .....	3
1.5. Sistematika Skripsi .....	4
BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1. Penelitian Terdahulu .....	6
2.2. Konsep Pemasaran .....	8
2.2.1. Pengertian Dan Definisi Pemasaran .....	8
2.2.2. Tahap-tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian .....	9
2.3. Marketing Mix .....	13
2.4. Produk .....	14
2.4.1. Penggolongan Produk .....	15

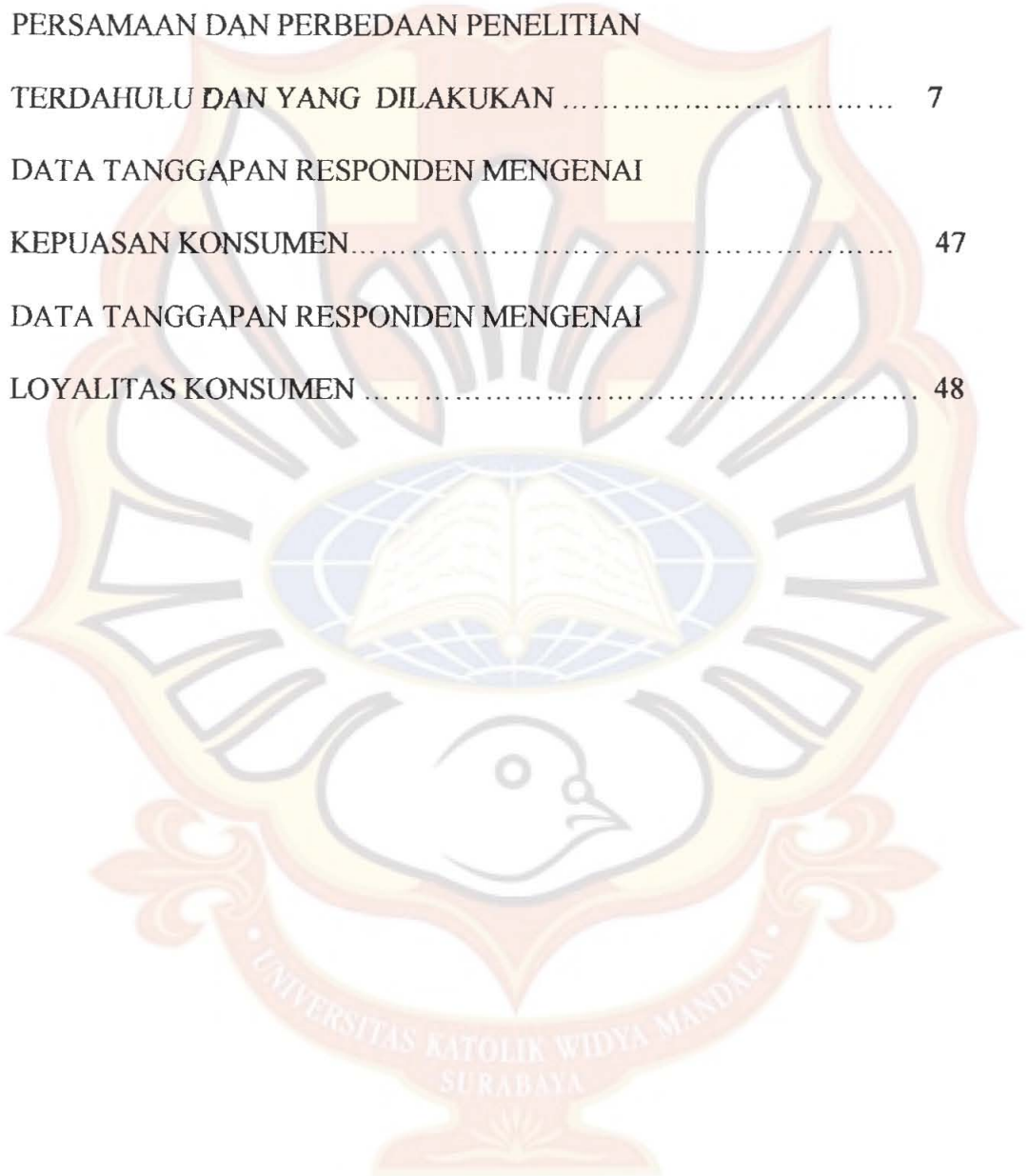
2.5. Kepuasan Konsumen .....	18
2.5.1. Nilai Yang Disampaikan Kepada Pelanggan .....	19
2.5.2. Macam Kepuasan Dan Macam Pelanggan .....	20
2.5.3. Atribut-atribut Pembentuk Kepuasan Konsumen .....	21
2.6. Loyalitas Konsumen .....	22
2.6.1. Pengertian Loyalitas Konsumen Terhadap Suatu Merek Produk .....	22
2.6.2. Tahap-tahap Meningkatkan Loyalitas Merek .....	23
2.6.3. Golongan Loyalitas Konsumen .....	25
2.7. Pengertian Dari Merek ( Brand ) .....	26
2.8. Hipotesis .....	27
<b>BAB 3: METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1. Identifikasi Variabel .....	28
3.2. Definisi Operasional Variabel .....	28
3.3. Jenis Dan Sumber Data .....	31
3.3.1. Jenis Data .....	31
3.3.2. Sumber Data .....	32
3.4. Pengukuran Data .....	32
3.5. Prosedur Pengumpulan Data .....	33
3.6. Populasi, Sampel, Dan Tehnik Pengambilan Sampel .....	33
3.7. Tehnik Analisis Data .....	34
3.8. Pengujian Hipotesis .....	36



BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	37
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	37
4.1.1. Sejarah Berdirinya PT.Totalcitra Jaya Mandiri .....	37
4.1.2. Struktur Organisasi .....	39
4.2. Deskripsi Data .....	46
4.3. Analisis Pembahasan Hasil Pengolahan Data .....	48
4.4. Pengujian Hipotesis .....	57
4.5. Pembahasan .....	58
BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN .....	61
5.1. Simpulan .....	61
5.2. Saran .....	62
DAFTAR KEPUSTAKAAN .....	63
DAFTAR LAMPIRAN .....	65

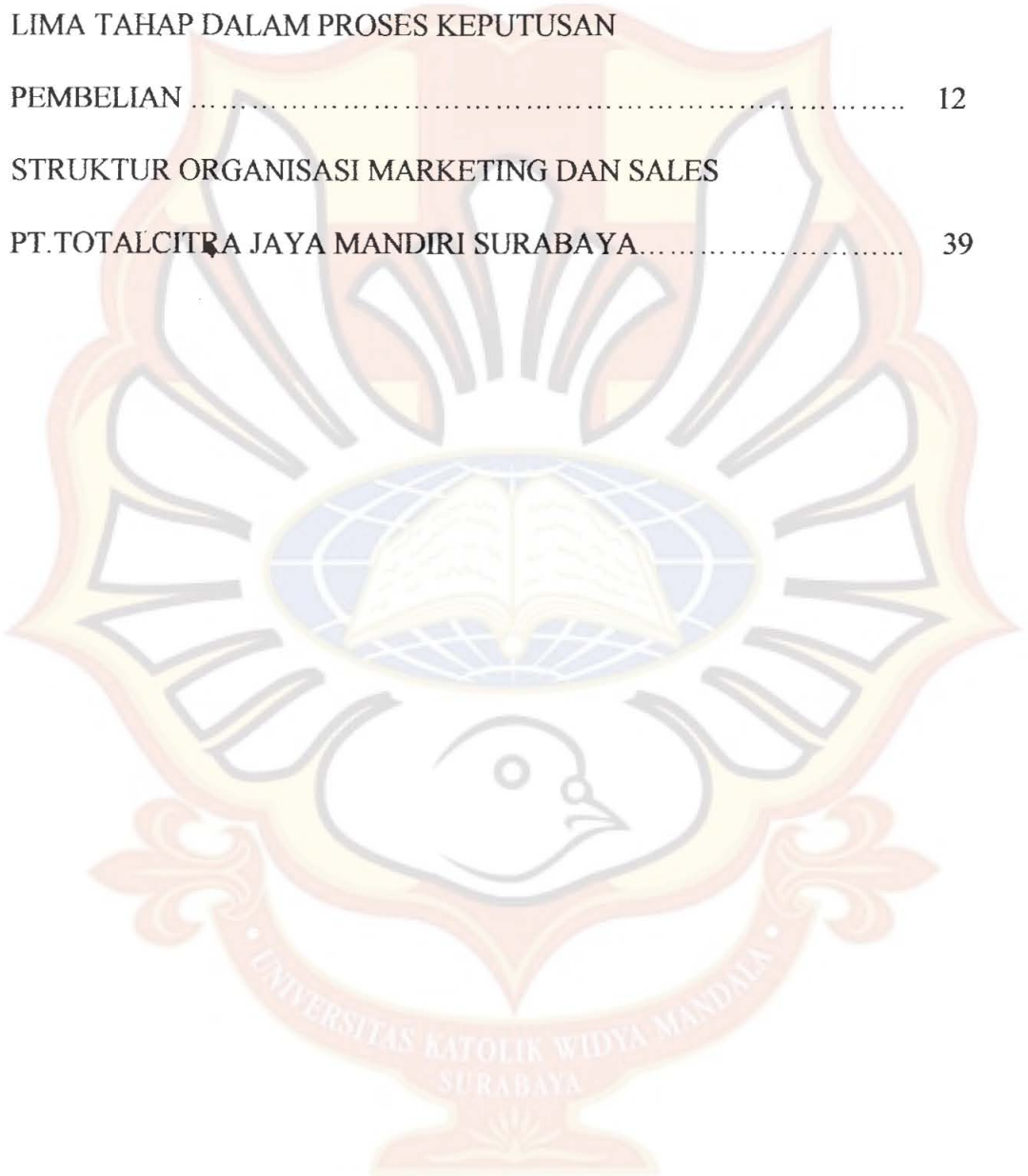
## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PENELITIAN TERDAHULU DAN YANG DILAKUKAN .....	7
2. DATA TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KEPUASAN KONSUMEN.....	47
3. DATA TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI LOYALITAS KONSUMEN .....	48



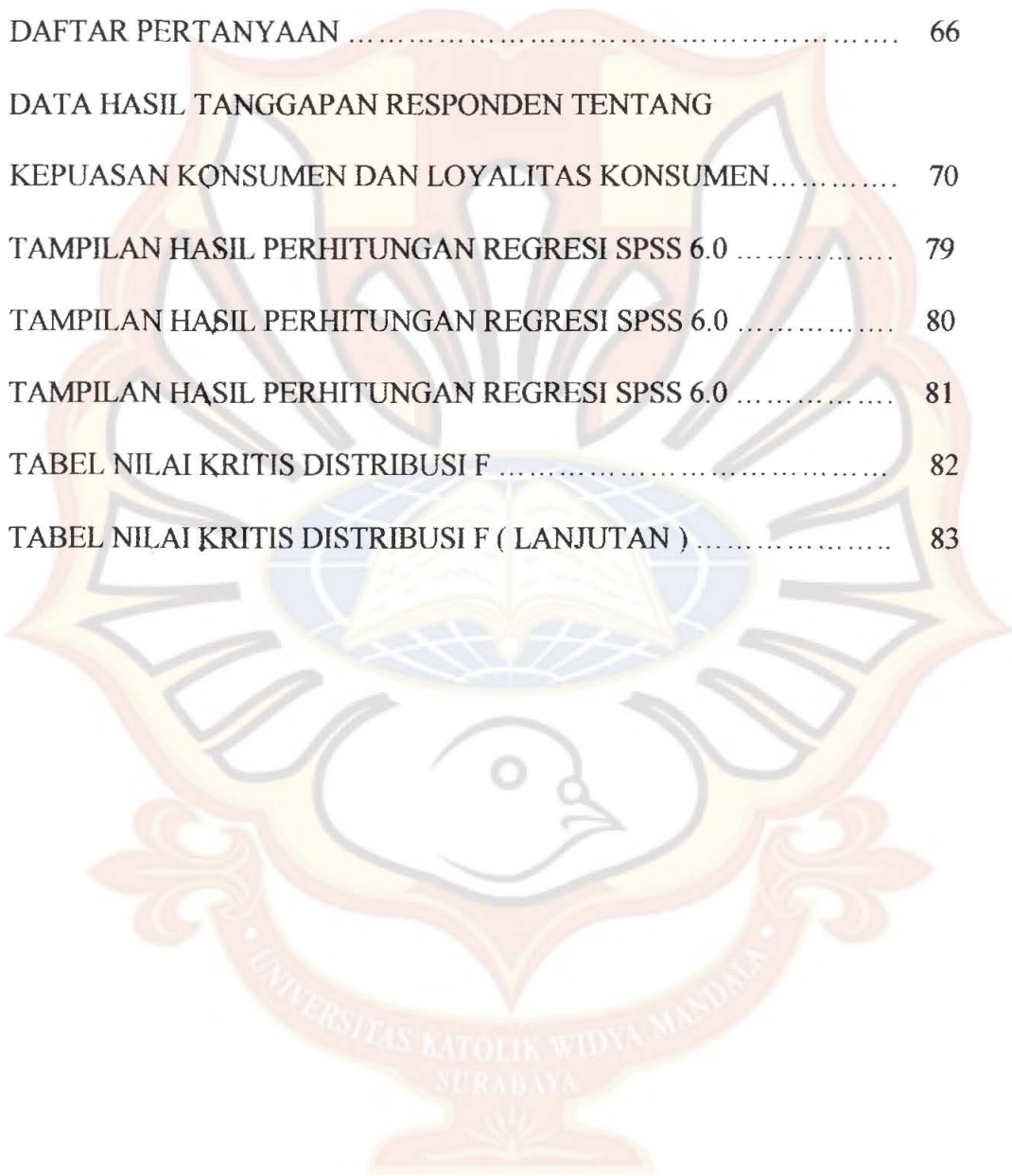
## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. LIMA TAHAP DALAM PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	12
2. STRUKTUR ORGANISASI MARKETING DAN SALES PT.TOTALCITRA JAYA MANDIRI SURABAYA.....	39



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. DAFTAR PERTANYAAN .....	66
2. DATA HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TENTANG KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN.....	70
3. TAMPILAN HASIL PERHITUNGAN REGRESI SPSS 6.0 .....	79
4. TAMPILAN HASIL PERHITUNGAN REGRESI SPSS 6.0 .....	80
5. TAMPILAN HASIL PERHITUNGAN REGRESI SPSS 6.0 .....	81
6. TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI F .....	82
7. TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI F ( LANJUTAN ) .....	83



## ABSTRAKSI

Dengan majunya dunia pendidikan membuat kesadaran manusia akan kesehatannya semakin bertambah dan manusia semakin sadar untuk menjaga kesehatan dan kebersihannya. Kebutuhan untuk menjaga kesehatan menimbulkan peluang usaha bagi perusahaan-perusahaan sehingga terjadi persaingan yang semakin ketat di bidang industri makanan kesehatan ( *health food* ). Hal ini dikhawatirkan akan berpengaruh dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan yaitu akan mengakibatkan menurunnya penjualan dan laba perusahaan. Adapun masalah tersebut berkaitan dengan perilaku konsumen yaitu pengaruh faktor-faktor kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada pembelian produk vitamin C merek Super Ester C di Surabaya. Obyek penelitian ini adalah konsumen produk Super Ester C di Surabaya ( orang yang sudah pernah membeli produk Super Ester C lebih dari satu kali ).

Berdasarkan masalah tersebut timbullah suatu hipotesis, yaitu diduga ada pengaruh faktor-faktor kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada pembelian produk vitamin C merek Super Ester C di Surabaya. Hipotesis tersebut diuji dengan menggunakan uji F untuk membuktikan kebenarannya.

Hipotesis tersebut menggunakan uji F yang berguna untuk mengetahui apakah variabel kepuasan konsumen secara serempak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen pada pembelian produk vitamin C merek Super Ester C di Surabaya. Berdasarkan hasil SPSS 6.0 diperoleh F hitung sebesar 2,8428 > F tabel sebesar 2,0952. Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi, faktor-faktor kepuasan konsumen mempunyai pengaruh secara serentak terhadap loyalitas konsumen pada pembelian produk vitamin C merek Super Ester C di Surabaya.