

SKRIPSI

ERNA

ANALISIS KESETIAAN KONSUMEN TERHADAP MINUMAN RINGAN (*SOFT DRINK*) MEREK "COCA-COLA" DI UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA




No. INDUK	1541 /el
TGL TERIMA	14-08-01
B I K E D I H	
No. EUKU	FE-m Ern a-1
KOPIL KE	1 (satu)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2000

**ANALISIS KESETIAAN KONSUMEN TERHADAP
MINUMAN RINGAN (*SOFT DRINK*) MEREK “COCA-COLA”
DI UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**



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

OLEH :
E r n a
3103096018

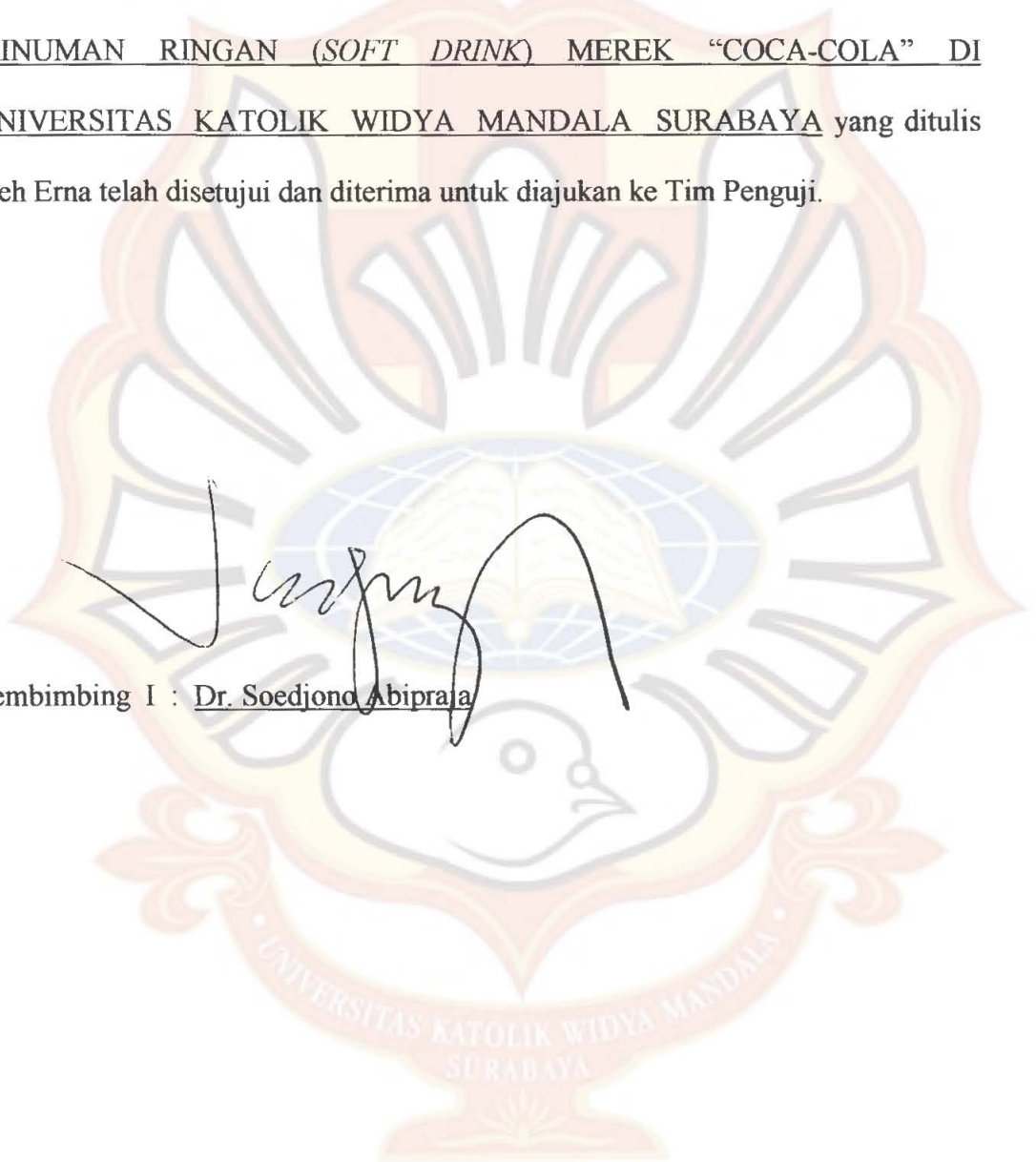
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

Juli 2000

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul ANALISIS KESETIAAN KONSUMEN TERHADAP MINUMAN RINGAN (SOFT DRINK) MEREK “COCA-COLA” DI UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA yang ditulis oleh Erna telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.

Pembimbing I : Dr. Soedjono Abipraja



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : ERNA NRP : 3103096018

Telah disetujui pada tanggal

Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji :



Mengetahui :

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Rido Tanago, MBA.



Dra. Ec. Chr. Whidya Utami, MM.

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALAY
SURABAYA

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga berhasil menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul : “ANALISIS KESETIAAN KONSUMEN TERHADAP MINUMAN RINGAN (*SOFT DRINK*) MEREK COCA-COLA DI UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA”.

Adapun skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, jurusan Manajemen. Selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis banyak menemui hambatan dan tantangan, namun berkat dukungan berbagai pihak dengan memberikan sumbangan pikiran, bimbingan serta pengarahan, maka skripsi ini dapat terselesaikan.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. Rido Tanago, MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Dra. Ec. Chr. Whidya Utami, MM, selaku ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dr. Soedjono Abipraja, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, pengarahan dan sumbangan pemikiran dalam menyusun skripsi ini.

4. Ibu Adiati Laksmi. W., selaku Kepala Bagian Umum perusahaan PT.Coca-Cola Banyu Argo Serta staf dan seluruh karyawan yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajar pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di bangku kuliah.
6. Segenap karyawan Fakultas Ekonomi dan karyawan perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang memberikan pelayanan dan peminjaman buku-buku selama kuliah maupun selama penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tuaku, kakakku serta adikku yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Semua teman-teman yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa kemampuan penulis sangatlah terbatas sehingga skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan ketidaksempurnaan, walaupun penulis telah berusaha sebaik-baiknya, untuk itu saran dan kritik yang membangun dari segenap pembaca akan penulis terima dengan senang hati demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Sebagai akhir kata, penulis mengharapkan semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan atau setidaknya dapat dipakai sebagai bahan perbandingan dan pelengkap ilmu pengetahuan yang telah ada.

Surabaya, Juli 2000

Penyusun

ABSTRAKSI

Penelitian yang dilakukan berjudul “ANALISIS KESETIAAN KONSUMEN TERHADAP MINUMAN RINGAN (*SOFT DRINK*) MEREK COCA-COLA DI UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA”. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah mengetahui tingkat kesetiaan konsumen terhadap produk *Soft drink* merek Coca-Cola dan pola kesetiaan yang bagaimana yang dimiliki oleh konsumen serta sejauh mana pengaruh merek terhadap keputusan pembelian produk dalam perilaku konsumen.

Berdasarkan pokok permasalahan di atas maka diajukanlah sebuah hipotesis, yang menyatakan bahwa diduga kesetiaan konsumen terhadap merek (*brand loyalty*) khususnya mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya terhadap produk *Soft drink* merek Coca-Cola secara umum mempunyai pola *occasional switch*.

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis tersebut di atas maka digunakan uji Z dengan rumus yang berkaitan dengan proporsi. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa Z hitung sebesar 5,8 > Z tabel sebesar 1,65 artinya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa pola *brand loyalty* konsumen khususnya para mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya terhadap produk *Soft drink* merek Coca-Cola adalah *occasional switch* atau ideal.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAKSI.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Sistematika Skripsi.....	4
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	6
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Landasan Teori.....	7
2.2.1. Kesetiaan Konsumen Terhadap Merek.....	8
2.2.2. Pengertian Produk.....	13
2.3. Hipotesis.....	21
2.4. Model Analisis.....	21
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Desain Penelitian.....	23

3.2. Identifikasi variabel	23
3.3. Definisi Operasional	24
3.4. Jenis dan Sumber Data	24
3.5. Pengukuran Data	25
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	25
3.7. Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	26
3.8. Teknik Pengambilan Data	27
3.9. Teknik Analisis Data	27
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis	28
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	29
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	29
4.1.2. Lokasi Perusahaan	32
4.1.3. Struktur Organisasi	34
4.2. Deskripsi Data	40
4.3. Analisis Data	43
4.4. Pembahasan	45
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	51
5.1. Simpulan	51
5.2. Saran	52
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Data Responden Pada Penelitian *Soft Drink* Merek

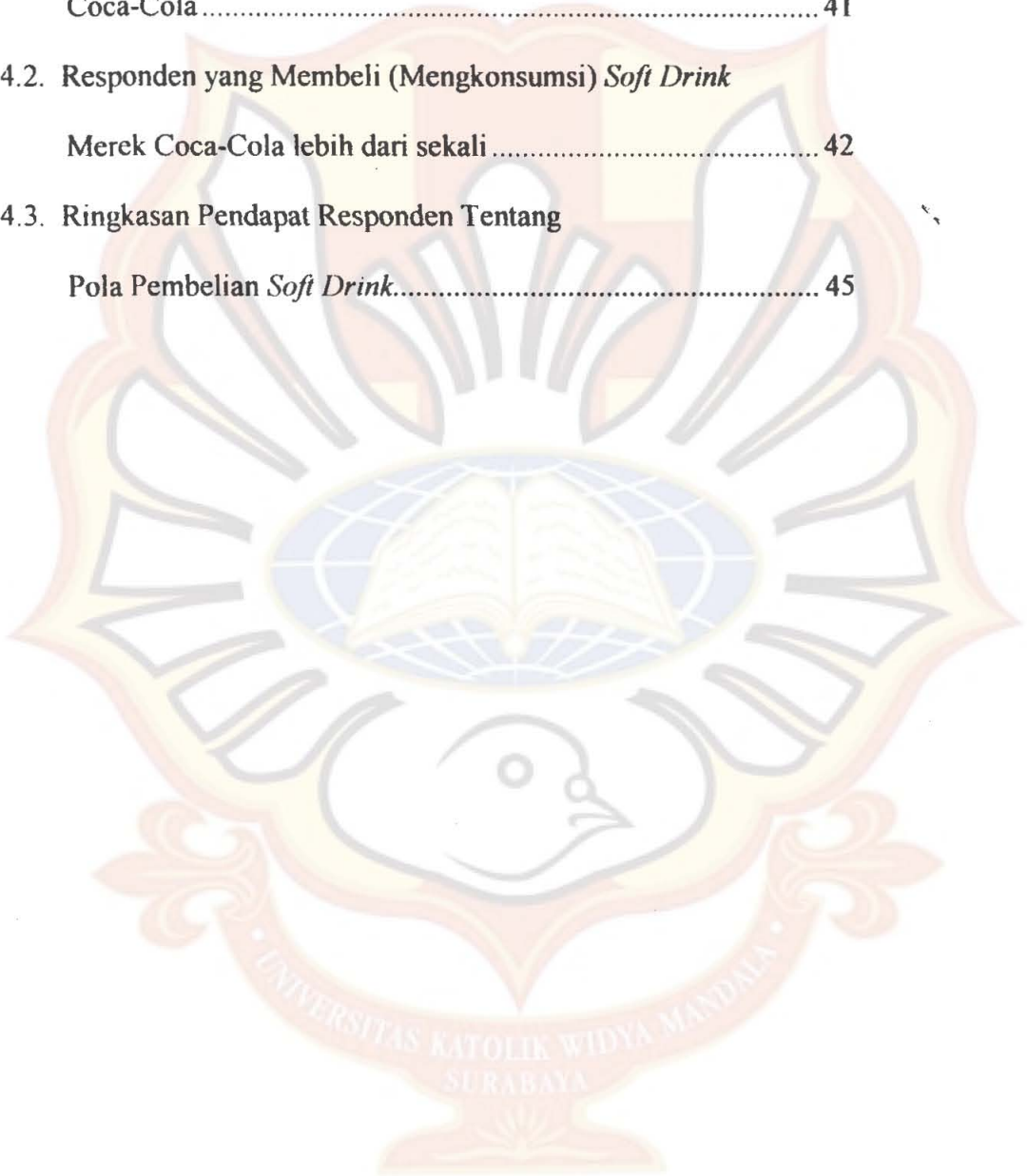
Coca-Cola..... 41

Tabel 4.2. Responden yang Membeli (Mengkonsumsi) *Soft Drink*

Merek Coca-Cola lebih dari sekali 42

Tabel 4.3. Ringkasan Pendapat Responden Tentang

Pola Pembelian *Soft Drink*..... 45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Pengertian Produk.....	14
Gambar 2.2. Tingkat Produk	17
Gambar 4.1. Bagan Organisasi Perusahaan.....	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner *Soft Drink Coca-Cola*

Lampiran 2 : Data Hasil Kuesioner

Lampiran 3 : Tabel Distribusi Normal

