

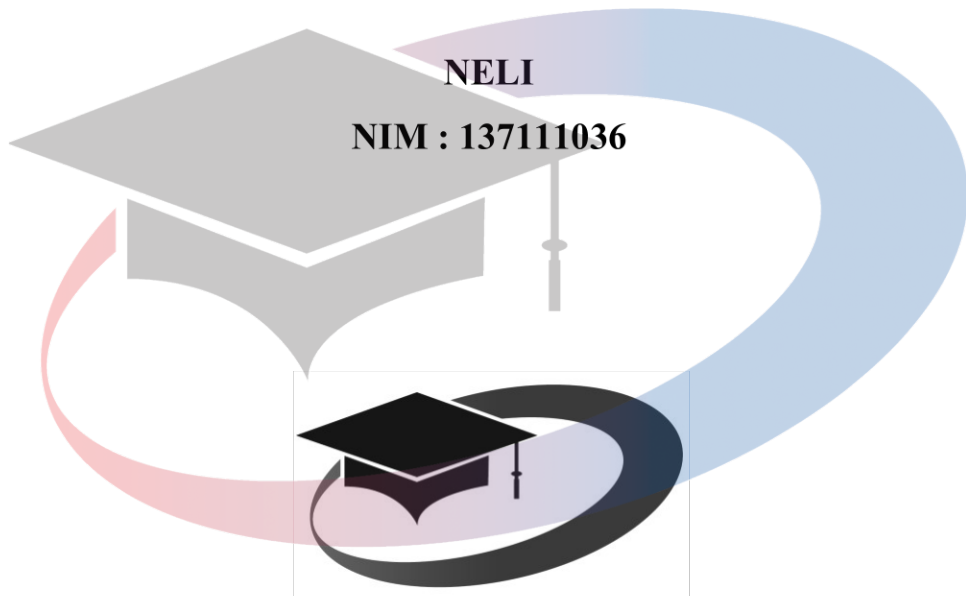
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
KONSUMEN TUPPERWARE (STUDI KASUS PADA PROGRAM
STUDI MANAJEMEN STIE-MIKROSKIL MEDAN)**

SKRIPSI

Oleh :

NELI

NIM : 137111036



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

MIKROSKIL

MEDAN

2017

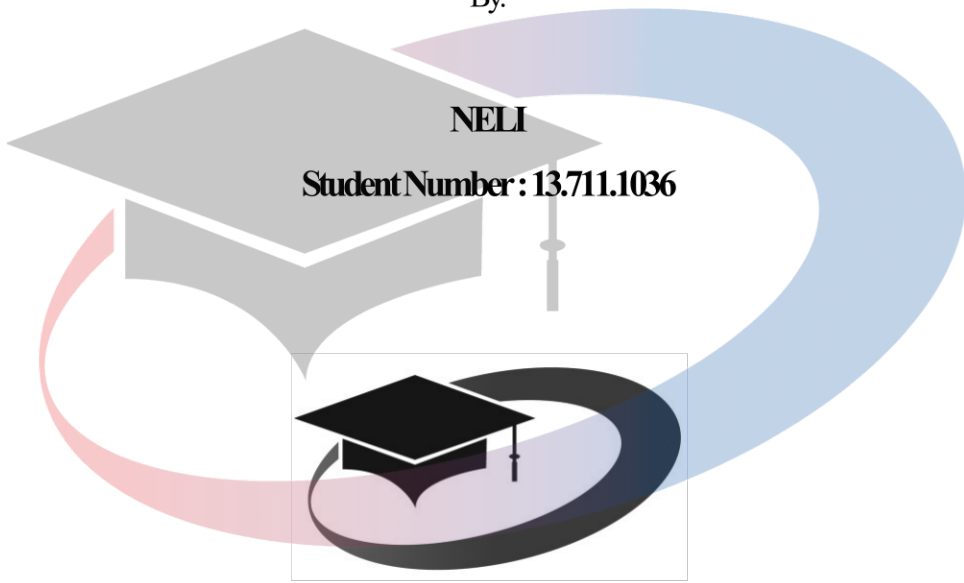
**ANALYSIS FACTORS AFFECTING CONSUMER LOYALTY TUPPERWARE
(CASE STUDIES ON STUDENTS OF
MANAGEMENT PROGRAM STIE-MIKROSKIL
MEDAN)**

FINAL RESEARCH

By:

NELI

Student Number : 13.711.1036



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

MIKROSKIL

MEDAN

2017

LEMBARAN PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
KONSUMEN TUPPERWARE (STUDI KASUS PADA PROGRAM
STUDI MANAJEMEN STIE-MIKROSKIL MEDAN)

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

NELI
NIM: 13.711.1036

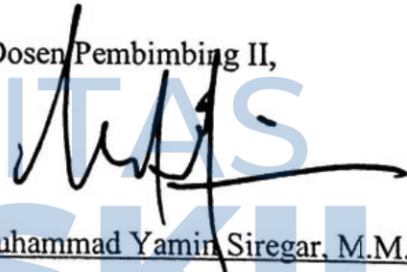
Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,



(Robinhot Gultom, S.E., M.Si.)

Dosen Pembimbing II,



(Ir. Muhammad Yamin Siregar, M.M.)

Medan, 04 Agustus 2017

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi
Manajemen,




(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)

LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE-Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Neli
NIM : 13.711.1036
Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen Tupperware (Studi kasus pada program studi Manajemen STIE-Mikroskil Medan)

Tempat Penelitian : STMIK-STIE Mikroskil Medan
Alamat Tempat Penelitian : Jl. M.H. Thamrin No.112, 124 dan 140
No. Telepon Tempat Penelitian : (061) 4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel dan buku.


Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 04 Agustus 2017
Saya yang membuat pernyataan,

METERAI
TEMPEL

0503CAEF3372719

6000
ENAM RIBU RUPIAH



Neli

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen Tupperware. Faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yaitu kualitas produk, harga, desain produk, promosi dan *brand image*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, sampelnya berjumlah 105 responden mahasiswa prodi manajemen STIE-Mikroskil Medan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, desain produk, promosi dan brand image secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Secara parsial variabel kualitas produk dan desain produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, sedangkan harga, promosi, dan *brand image* tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hasil analisis koefisien determinasi sebesar 30,7%, sedangkan sisanya sebesar 69,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel desain produk merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini menyarankan agar Tupperware tetap mempertahankan desain produk yang kreatif dan unik agar masyarakat lebih loyal lagi terhadap produk tersebut.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga, Desain Produk, Promosi, dan Brand Image*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This research aims to analyze the factors affecting loyalty of Tupperware customers. Estimated factors that affect customer loyalty are product quality, price, design of product, promotion and brand image. This research is quantitative descriptive research. Sampling technique is a purposive sampling, with a sample of 105 students of management program STIE-Mikroskil Medan. The analysis method used in the research is a multiple linear regression analysis. The result of this study indicates that product quality, price, design of product, promotion and brand image are factors that simultan affect customer loyalty. Partially variable of product quality and design of product has influence to customer loyalty. While price, promotion, and brand image has no influence to customer loyalty. The result of determination coefficient analysis of 30,7%, while the rest of 69,3% influenced by other variables not examined in this research. Design of product variables is the most influential factor to customer loyalty. This research suggests that Tupperware retains a creative and unique design to make people more loyal to this product.

Keywords : *Product Quality, Price, Design of Product, Promotion, and Brand Image*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TUPPERWARE (STUDI KASUS PADA PROGRAM STUDI MANAJEMEN STIE-MIKROSKIL MEDAN)” dengan baik.

Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Robinhot Gultom, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Ir. Muhammad Yamin Siregar, M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M. selaku Ketua STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua I Mikroskil Medan yang telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Paulus, S.Kom., M.T., selaku Wakil Ketua II Mikroskil Medan yang telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Saliman, S.T., selaku Wakil Ketua III Mikroskil Medan yang telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil.
8. Ibu Maggee Senata, S.E. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil.
9. Bapak Eko Yuliawan, S.E., M.Si. selaku Dosen Wali kelas Manajemen Bisnis B sore angkatan 2013.
10. Kedua orang tua dan keluarga besar yang memberikan dukungan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Sahabat seperjuangan penulis khususnya Stefani, Agustina, Frensia Wijaya, Vinny, dan Elisa yang telah memberikan doa, dukungan motivasi dan saran kepada penulis.
12. Teman-teman Manajemen Bisnis angkatan 2013 yang telah menemani selama empat tahun terakhir di bangku kuliah, khususnya Willis, Vionna Dewi Lupita Unggul, Olivia Wijaya, Jhonatandri, Edward Rinaldy Ng, Mutiha Nami Siregar, Giuncha, Mohator yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Responden-responden yang telah memberikan waktunya dalam pengisian kuesioner penelitian.
14. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dalam penyajian materi, pembahasan dan lainnya. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan dalam perbaikan skripsi ini.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Medan, 04 Agustus 2017
Penulis,
Neli

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Originalitas	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Produk	8
2.1.2 Harga	11
2.1.3 Desain Produk	14
2.1.4 Promosi	17
2.1.5 <i>Brand Image</i>	19
2.1.6 Loyalitas Konsumen.....	20
2.2 Review penelitian terdahulu	22
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Pengembangan Hipotesis	27
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31

3.2	Objek Penelitian	31
3.3	Populasi dan Sampel	31
3.4	Metode Pengumpulan Data	32
3.4.1	Penelitian Lapangan (Data Primer)	32
3.4.2	Studi Kepustakaan (Data Sekunder)	33
3.5	Definisi Operasional Variabel	33
3.6	Metode Analisis Data	36
3.6.1	Statistik Deskriptif	36
3.6.2	Pengujian Kualitas Data	36
3.6.3	Pengujian Uji Asumsi Klasik	37
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.6.5	Uji Hipotesis	39
3.6.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	40
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Hasil Penelitian	41
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	44
4.1.3	Gambaran Umum Responden (Demografi)	44
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif	45
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data	49
4.1.6	Pengujian Asumsi Klasik	52
4.1.7	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	57
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis	58
4.2	Pembahasan	60
4.2.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	60
4.2.2	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	61
4.2.3	Pengaruh Desain Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	62
4.2.4	Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen	62
4.2.5	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	63
4.2.6	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Produk, Promosi, dan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	64

BAB V.....	65
KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	69
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	99



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Kartika Swarna Dwipa	42
Gambar 4.2 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas	53
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot	53
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Scatterplot	56



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand</i> Kategori Produk Rumah Tangga	2
Tabel 1.2 <i>Top Brand</i> Katergori Produk Rumah Tangga	2
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Data Jumlah Mahasiswa dan Mahasiswi	31
Tabel 3.2 Jumlah Responden	32
Tabel 3.3 Skala Likert	33
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan/Stambuk	45
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	46
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	46
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Desain Produk.....	47
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Promosi.....	48
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	48
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Loyalitas Konsumen	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Kualitas Produk	50
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Harga.....	51
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Desain Produk.....	51
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Promosi	51
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i>	52
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	54
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.19 Hasil Uji Glejser	56
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.21 Hasil Pegujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F)	58
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji t)	59
Tabel 4.23 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	73
Lampiran 3 Statistik Deskriptif.....	89
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	91
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	93
Lampiran 6 Uji Regresi Linier Berganda.....	95
Lampiran 7 Uji Hipotesis	95
Lampiran 8 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	96
Lampiran 9 Tabel r.....	96
Lampiran 10 Tabel t.....	97
Lampiran 11 Tabel F.....	98



UNIVERSITAS
MIKROSKIL