

**ANALISIS PERSEPSI LOYALITAS MEREK DAN SIKAP
KONSUMEN PADA PRODUK KOPI KAPAL API**

(STUDI KASUS PERUMAHAN TAMAN CIKUNIR INDAH RW 011 KELURAHAN
JAKAMULYA BEKASI SELATAN)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik Dan Melengkapi Sebagai
Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Oleh

ENDY KURNIA

04410028



FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2011

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Endy Kurnia Agung

NIM : 04410028

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **“ANALISIS PERSEPSI LOYALITAS MEREK DAN SIKAP KONSUMEN PADA PRODUK KOPI KAPAL API”** yang dibimbing oleh Bapak Sukardi SE, MM adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia bertanggung jawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta pada tanggal 3 April 2011

Yang menyatakan



(Endy Kurnia Agung)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

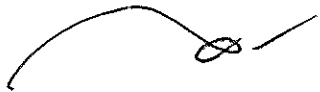
Nama : Endy Kurnia Agung
NIM : 04410028
Program Studi : (S-1) Ekonomi
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **“ANALISIS PERSEPSI LOYALITA MEREK DAN SIKAP
KONSUMEN PRODUK KOPI KAPAL API DI
PERUMAHAN TAMAN CIKUNIR INDAH RW 011 JAKA
MULYA BEKASI SELATAN ”**

Telah diperiksa dan disetujui, untuk di ajukan dihadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, 5 Agustus 2011

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing



(Firsan Nova, SE.MM)



(Sukardi SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Endy Kurnia Agung
NIM : 04410028
Program Studi : (S-1) Ekonomi
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan di hadapan penguji skripsi sarjana pada tanggal 5 Agustus 2011 dengan hasil C

Panitia Penguji Skripsi

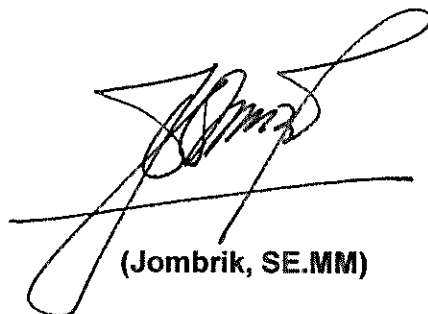
Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1). Drs. Fauzi Baisyir, SE.MM	Ketua
2). Firsan Nova, SE.MM	Anggota
3). Sukardi, SE.MM	Anggota

Jakarta, 5 Agustus 2011

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

Program Studi (S-1)

Dekan Fakultas Ekonomi


(Jombrik, SE.MM)

ABSTRAK

Endy Kurnia Agung, NIM 04410028, Judul Penelitian : ANALISIS PERSEPSI LOYALITAS MEREK DAN SIKAP KONSUMEN PADA PRODUK KOPI KAPAL API. (Studi kasus di Perumahan Taman Cikunir Indah RW 011 Kelurahan JakaMulya Bekasi Selatan)

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Persepsi Loyalitas Merek dan Sikap Konsumen Pada Produk Kopi Kapal Api di Perumahan Taman Cikunir Indah RW 011 Kelurahan Jakamulya Bekasi Selatan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk *brand loyalty* adalah dengan menggunakan analisis nilai rata-rata dan standar deviasi dan untuk sikap konsumen menggunakan model mult atribut fishbein.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : untuk loyalitas produk kopi kapal api yaitu terlihat pada *satisfied buyer* sebanyak (69%) dan *liking the brand* sebanyak (63%) yaitu konsumen benar-benar menyukai merek kopi kapal api tersebut serta konsumen merasa puas atas pembelian yang dilakukan dengan biaya peralihan dan untuk sikap konsumen dari hasil penelitian sikap/perilaku terhadap produk kopi kapal api yang bernilai (81,57) termasuk kedalam kategori antara setuju dengan sangat setuju, yang artinya responden sebagai konsumen mempunyai sikap/perilaku yang baik atau dengan kata lain konsumen menerima baik produk kopi kapal api dan mempunyai penilaian yang positif terhadap atribut-atribut yang menyertai produk kopi kapal api.

Kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian diatas untuk itu perusahaan perlu selalu memperbaiki loyalitas merek produknya secara keseluruhan agar konsumen semakin percaya dan mau menyarankan serta mempromosikan kepada orang lain. Selain itu juga perusahaan perlu menerapkan program relationship marketing, yaitu menjaga hubungan dan kedekatan yang saling menguntungkan dengan memberikan pelayanan ekstra atau gratis kepada konsumen untuk meningkatkan sikap konsumen.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahmat, karunia, dan nikmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “ Analisis Loyalitas Merek dan Sikap Konsumen Pada Produk Kopi Kapal Api ”, studi kasus di Perumahan Taman Cikunir Indah RW 011 Kelurahan JakaMulya Bekasi Selatan.

Sebagaimana telah diketahui, bahwa skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Darma Persada. Dari awal penelitian hingga selesainya skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan serta petunjuk baik berupa moril maupun materil dari beberapa pihak sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya.

Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, yaitu terutama kepada :

1. ALLAH SWT, atas rahmat, karunia, serta nikmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.
2. Bapak Jombrik SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak Sukardi SE, MM selaku PUDEK Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada dan selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas segala saran dan kritiknya yang berguna dalam proses penyelesaian skripsi.

4. Bapak Firsan Nova, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen, terima kasih atas segala arahan-arahan yang berguna dalam proses penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak Fauzi Baisyir, SE, MM. Terima kasih banyak yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan, memberikan saran dan petunjuk yang berguna dalam proses penyelesaian skripsi ini.

6. Terima kasih untuk kedua orang tuaku tercinta Papa dan Mama yang selalu menyayangiku, membesarkanku dan membimbingku sedari kecil, serta doa dan motivasi yang mengingatkan untuk selalu terus belajar dan berusaha sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini.

7. Terima kasih untuk kakak tercinta endra yang tidak henti-hentinya memberiku doa, motivasi, inspirasi dan suportnya untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Terima kasih untuk Bapak / Ibu dan Staff (Ibu Hanny, Ibu Dini, Pak Rahedi, Ibu Endang, Ibu Erika, Pak Alfouns, Ibu Budi, dll) pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Terima kasih atas pemberian ilmunya, dukungannya dan bantuannya selama penulis kuliah dan dalam proses penyelesaian skripsi.

9. Terima kasih untuk staff tata usaha dan karyawan (Mbak Lis, Mbak Puji, Mas Maryadi, Mas Jumali) serta terima kasih untuk para pegawai perpustakaan yang telah memudahkan dan memberikan bantuan dalam proses pembuatan skripsi ini.

10. Terima kasih untuk om dan tanteku, serta saudara-sadaraku yang telah memberikan penulis bantuan dan semangatnya dalam proses pembuatan skripsi ini.

11. Terima kasih untuk sahabat-sahabatku yang sangat aku cintai dan aku sayangin Chairil (Iyen), dian T (ndut), Andri Asmara (Andri), Fajar Anji Krisna (Fajar), Haryo Seto (Bantet).dan serta buat tante roy, warung biru dan tenggleng. Spesialnya buat ade egha yang sudah menyemangitin saya untuk bisa menjadikan skripsi ini. Terima kasih banyak sahabatku atas bantuannya, dukungannya serta motivasinya yang tidak pernah merasa lelah untuk terus mendorong penulis hingga selesainya skripsi ini dan kebersamaan kalian selama mengerjakan skripsi ini hingga selesai.

12. Terima kasih kepada semua responden di Perumahan taman cikunir RW 011 indah bekasi selatan kelurahan JakaMulya. yang telah mengisi kuesioner dalam penelitian ini. Dan Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penulis skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna bagi rekan-rekan yang membacanya pada umumnya dn khususnya bagi penulis, amin.

Penulis

Endy Kurnia Agung

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Persepsi	7
B. Pengertian Kualitas	17
C. Pengertian Merek (<i>Brand</i>)	22
D. Pengertian Persepsi Kualitas Merek (<i>Brand Perceived Quality</i>)	31
E. Cara Pengukuran Persepsi Kualitas merek (<i>Brand Perceived Quality</i>)	39
F. Pengertian Sikap (<i>Attitude</i>)	41

G.	Pengertian Produk	52
H.	Kerangka Pikir Penelitian	55
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
A.	Waktu Dan Tempat Penelitian	57
B.	Jenis Dan Sumber Data	57
C.	Populasi Dan Sampel	58
D.	Teknik Pengambilan Sampel	60
E.	Metode Pengolahan Dan Analisis Data	61
F.	Definisi Variabel Operasional	66
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Gambaran Umum Perusahaan	69
B.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	76
C.	Data Jumlah Penduduk Dan Jumlah Responden	76
D.	Karakteristik / Profil Responden	77
E.	Pembahasan Dan Analisis Persepsi Kualitas Merek (<i>Brand Perceived Quality</i>)	83
F.	Pembahasan Dan Analisis Sikap Konsumen	104
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
A.	Kesimpulan	115
B.	Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN – LAPMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

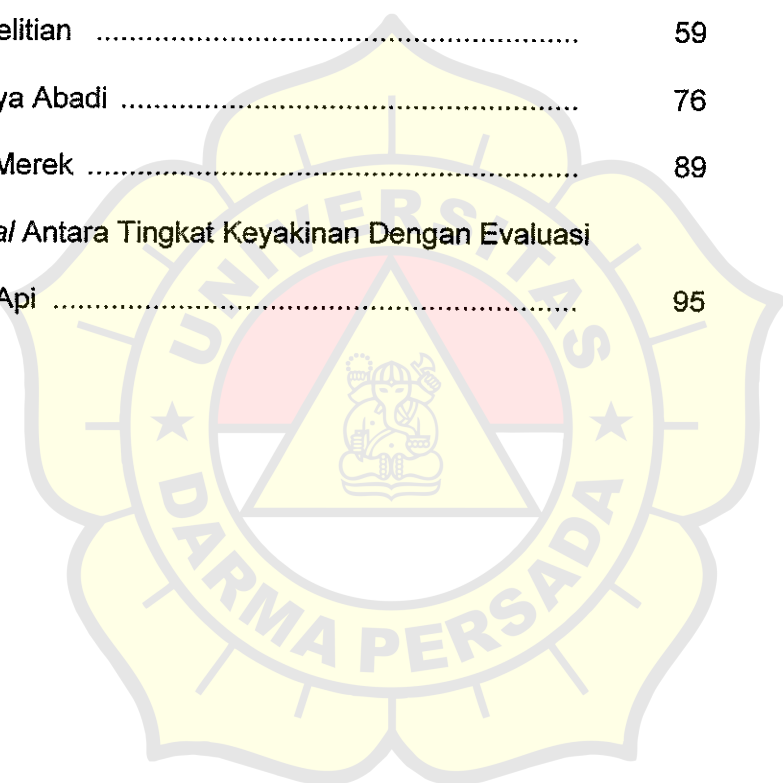
No.	Nama Tabel	Halaman
1.1	Hasil TBI 2010 Kopi Kapal Api	2
3.1	Data Rukun Warga 011 Berdasarkan Kartu Keluarga	64
3.2	Interprestasi Nilai r (Koefisien Korelasi).....	67
3.3	Tabel Skala Likert	68
4.1	Data Rukun Warga 011 Berdasarkan Kartu Keluarga	77
4.2	Profil Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal	78
4.3	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.4	Profil Responden Berdasarkan Usia	79
4.5	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	80
4.6	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
4.7	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	82
4.8	Uji Validitas <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek).....	83
4.9	Perhitungan <i>Switcher Buyer</i>	84
4.10	Perhitungan <i>Habitual Buyer</i>	85
4.11	Perhitungan <i>Satisfied Buyer</i>	86
4.12	Perhitungan <i>Liking The Brand</i>	87
4.13	Perhitungan <i>Committed Buyer</i>	88
4.14	Uji Validitas Sikap Konsumen Tingkat Keyakinan (bi).....	90
4.15	Uji Validitas Sikap Konsumen Tingkat Evaluasi (ei).....	90
4.16	Uji Reliabilitas Sikap Konsumen Tingkat Keyakinan (bi)	91
4.17	Uji Reliabilitas Sikap Konsumen Tingkat Evaluasi (ei)	92
4.18	Analisis Tingkat Keyakinan (bi) Kopi Kapal Api.....	93
4.19	Analisis Tingkat Evaluasi (ei) Kopi Kapal Api.....	94
4.20	Analisis Keyakinan Sikap Konsumen Tingkat Keyakinan (bi) dan Tingkat Evaluasi (ei)	95
4.21	Nilai Rata-Rata Sikap Konsumen Tingkat Keyakinan (bi) dan Tingkat Evaluasi (ei).....	97

4.22	Sikap Konsumen Dengan Keyakinan Ideal Sebesar Lima (5)	97
4.23	Sikap Konsumen Dengan Keyakinan Ideal Sebesar Empat (4)	98
4.24	Sikap Konsumen Dengan Keyakinan Ideal Sebesar Tiga (3)	98
4.25	Sikap Konsumen Dengan Keyakinan Ideal Sebesar Dua (2)	99
4.26	Sikap Konsumen Dengan Keyakinan Ideal Sebesar Satu (1)	99



DAFTAR GAMBAR

No.	Nama Gambar	Halaman
2.1	Piramida Loyalitas Merek	18
2.2	Piramida Loyalitas Merek	19
2.3	Efek Loyalitas Merek	23
2.4	Kerangka Pikir Penelitian	59
4.1	Logo PT Santos Jaya Abadi	76
4.2	Piramida Loyalitas Merek	89
4.3.	<i>Semantic Differential</i> Antara Tingkat Keyakinan Dengan Evaluasi Produk Kopi Kapal Api	95



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Profil Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal
Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan, Pekerjaan dan Pengeluaran Per Bulan
3. Tabulasi Data *Brand Perceived Quality* Tingkat *Performance*
4. Tabulasi Data *Brand Perceived Quality* Tingkat *Importance*
5. Tabulasi Data Sikap Konsumen Tingkat Keyakinan (bi)
6. Tabulasi Data Sikap Konsumen Tingkat Evaluasi (ei)
7. Tabulasi Hasil Data SPSS *Brand Perceived Quality* Tingkat *Performance*
8. Tabulasi Hasil Data SPSS *Brand Perceived Quality* Tingkat *Importance*
9. Tabulasi Hasil Data SPSS Sikap Konsumen Tingkat Keyakinan (bi)
10. Tabulasi Hasil Data SPSS Sikap Konsumen Tingkat Evaluasi (ei)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada masa sekarang ini banyak sekali perusahaan-perusahaan yang bergerak pada bidang makanan dan minuman. Berbagai inovasi dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan produk yang siap saji (instan). Hal ini disebabkan karena masyarakat dituntut untuk melakukan segala sesuatu dengan cepat termasuk dalam memilih minuman instan. Mereka membutuhkan minuman yang cepat dalam penyajian yang tidak akan membuang banyak waktu mereka. Banyaknya perusahaan sejenis yang mendorong terjadinya persaingan tersebut membuat mereka berlomba-lomba menarik perhatian konsumen dan memenangkan persaingan. Oleh karena itu perusahaan minuman instan cepat saji membutuhkan pemikiran-pemikiran yang inovatif dan juga perusahaan harus dapat membaca setiap gejala perubahan dan selera masyarakat seperti apa yang mereka inginkan dan butuhkan untuk kemudian menyediakan keinginan atau kebutuhan tersebut.

Kopi Kapal Api sebagai salah satu minuman instan siap saji yang cukup diakui keberadaannya. Perusahaan kopi Kapal Api ini didirikan oleh *Liauw Tek Siong* yang dikenal sebagai "sang pemula" produsen kopi perorangan di Indonesia. Dari sisi pangsa pasar, kopi Kapal Api memang tiada tandingannya. Terlihat dari survey *top brand index* khusus untuk minuman kopi instan serbuk.

Tabel 1.1
Data Peringkat Kopi Kapal Api Menurut TBI
TBI TAHUN 2010

Merek	TBI	
Kapal Api	51,8 %	TOP
ABC	23,4 %	TOP
Torabika	5,6 %	
Ya	3,4 %	
Sidikalang	2,6 %	
Ayam Merak	2,5 %	
Luwak	1,8 %	
Tugu Luwak	1,4 %	

Sumber: <http://www.topbrand-award.com/TBI/index2010>

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diidentifikasi kemudian dapat dirumuskan masalah yaitu: Bagaimana loyalitas merek dan sikap konsumen produk kopi Kapal Api di Perumahan Taman Cikunir Indah RW 011 kelurahan Jaka Mulya Bekasi Selatan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui loyalitas merek dan sikap konsumen pada produk kopi Kapal Api di Perumahan Taman Cikunir Indah RW 011 Kelurahan Jaka Mulya Bekasi Selatan?

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi penelitian

Penelitian ini merupakan terapan teori yang telah didapatkan oleh peneliti selama belajar di perguruan tinggi ke dalam situasi nyata untuk mengetahui loyalitas merek dan sikap konsumen produk kopi Kapal Api.

2. Bagi Penelitian

Dengan diketahui loyalitas merek dan sikap konsumen maka akan membantu perusahaan mengenal target marketnya dalam meningkatkan pangsa pasarnya, sehingga dapat memahami serta mengeluarkan produk yang sesuai dengan selera dan keinginan konsumen agar konsumen merasa puas dan setia dengan produk yang dikeluarkan

