

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK REXONA TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



**ANNA SATELIN
1071000050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2014**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
Telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Anna Satelin

NIM : 1071000050

TandaTangan :

Tanggal : 23 Mei 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Anna Satelin
NIM : 1071000050
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
JudulSkripsi : Pengaruh Atribut Produk Rexona Terhadap
Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaf Shihab, Ph.D (.....)
Penguji I : Tri Wismiarsi, Ph.D (.....)
Penguji II : Holila Hatta, S.Pd., M.M (.....)
Ditetapkandi : Jakarta
Tanggal : 23 Mei 2014

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Atribut Produk Rexona Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan”**. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, MSc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Bakrie.
- 2) Bapak Tony Bambang Trihartanto, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
- 3) Bapak Deddy Herdiansjah, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen
- 4) Bapak Muchsin Saggaf Shihab S.E, M.Sc, M.B.A, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
- 5) Ibu Tri Wismiarsi, Ph.D dan Ibu Holila Hatta S.Pd, M.M selaku Dosen Penguji.
- 6) Seluruh Dosen yang telah mengajar selama masa perkuliahan di Universitas Bakrie dan Pak Heriyanto.
- 7) Orang Tua, suami dan adik-adik yang telah memberikan dukungan menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- 8) Pimpinan dan rekan-rekan kerja PT Bakrie Capital Indonesia yang telah mendukung proses penyelesaian Tugas Akhir ini.

- 9) Teman – teman perkuliahan Program Ekstensi Ekonomi Manajemen Universitas Bakrie.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 23 Mei 2014

Anna Satelin

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Anna Satelin

NIM : 1071000050

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Studi Kasus

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH ATRIBUT PRODUK REXONA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuatdi : Jakarta

PadaTanggal : 23 Mei 2014

Yang menyatakan,

Anna Satelin

PENGARUH ATRIBUT PRODUK REXONA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

Anna Satelin¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut produk Rexona terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer dari 100 responden yang merupakan masyarakat umum di Jakarta dan rata-rata adalah pengguna deodorant Rexona. Data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana dengan menggunakan *software* SPSS 20. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Atribut Produk; Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

THE EFFECT OF PRODUCT ATTRIBUTE REXONA TOWARD CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY

Anna Satelin¹

ABSTRACT

This research is to analyze the effect of product attributes Rexona on customer satisfaction and loyalty. Data used for this study is the primary data taken from 100 respondents in which respondent are Public Society who live in Jakarta; averagely is the user of Rexona. Data obtained by spreading questionnaires. Sampling technique was using a purposive sampling. Hypothesis test in this research was using a Simple Regression Analysis. The hypothesis testing results shows that product attribute has positive and significant effect on customer satisfaction and also customer satisfaction positively and significantly influences customer loyalty.

Keywords : Product Attribute ; Customer Satisfaction; Customer Loyalty

¹Student of Bakrie University, Majoring in Management

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	4
BAB II	6
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	6
2.1 Kajian Pustaka Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	6
2.1.1 Dasar-Dasar Teori Kepuasan Pelanggan.....	6
2.1.2 Dasar-Dasar Teori Loyalitas Pelanggan.....	6
2.2 Kajian Tentang Produk.....	7
2.2.1 Pengertian Produk	7
2.2.2 Tingkatan Produk	8
2.2.3 Klasifikasi Produk.....	8
2.2.4 Atribut Produk.....	10
2.3 Penelitian Terdahulu.....	11
2.4 Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	12
BAB III.....	13
METODE PENELITIAN	13
3.1 Rancangan Penelitian	13
3.2 Instrument Penelitian dan Skala	13
3.3 Variabel Penelitian	15
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	15
3.5 Tempat Penelitian.....	17
3.6 Jenis Data	17
3.7 Populasi dan Sampel	18

3.8	Teknik Penarikan Sample.....	18
3.9	Uji Validitas	18
3.10	Uji Reliabilitas.....	19
3.11	Pengujian Hipotesis.....	20
3.11.1	Uji Statistik F	20
3.11.2	Uji Statistik t	20
3.12	Analisis Data	20
BAB IV		21
ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN		21
4.1.	Karakteristik Responden	21
4.2	Data	23
4.2.1	Uji Reliabilitas	23
4.2.2	Uji Validitas	23
4.2.3	Uji Normalitas.....	26
4.3	Uji Multikolinearitas	28
4.4	Uji Heteroskedastisitas.....	29
4.5	Hasil Koefisien Determinasi	32
4.6	Analisa Regresi Linier Sederhana.....	33
4.7	Pengujian Hipotesis.....	35
4.7.1	Pengujian Hipotesis 1.....	35
4.7.2	Pengujian hipotesis 2	36
4.8	Pembahasan.....	37
BAB 5		37
KESIMPULAN DAN SARAN		37
5.1	Kesimpulan.....	37
5.2	Keterbatasan Penelitian	37
5.3	Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA		39

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Award Kategori Perawatan Pribadi 2013.....	3
Tabel 2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1	Skor Skala Likert.....	14
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel.....	16
Tabel 4.1	Profil Responden.....	22
Tabel 4.2	Reliabilitas Alat Ukur	23
Tabel 4.3	Pengujian Validitas Per Item.....	24
Tabel 4.4	Regresi Linier Atribut Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	29
Tabel 4.5	Uji Hipotesis Atribut Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.	32
Tabel 4.6	Uji Hipotesis Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan..	33
Tabel 4.7	Koefisien Regresi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas.	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	12
Gambar4.1 GrafikNormalitas X Terhadap Y1.....	27
Gambar 4.2GrafikNormalitas Y1 Terhadap Y2.....	28
Gambar4.3 Output Scatterplot X Terhadap Y1.....	30
Gambar 4.4 Output ScatterplotY1 Terhadap Y2	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	41
Lampiran 2	Karakteristik Responden.....	45
Lampiran 3	Analisis Deskriptif.....	47
Lampiran 4	Analisis Validitas & Reliabilitas Variabel Atribut Produk	47
Lampiran 5	Analisis Validitas & Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan ..	48
Lampiran 6	Analisis Validitas & Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan ...	49
Lampiran 7	Analisis Regresi Linear Sederhana X terhadap Y1	50
Lampiran 8	Analisis Regresi Linear Sederhana Y1 terhadap Y2	54
Lampiran 9	Analisis Data 30 Responden.....	58