

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT Yang Maha Mendengar lagi Maha Melihat dan atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ilmiah ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya yang selalu eksis membantu perjuangan beliau dalam menegakkan Dinullah di muka bumi ini.

Penyusunan skripsi ini adalah merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Dalam pembuatan skripsi, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tiada hingganya kepada :

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, Karena atas ridho dan hidayah-nya skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Drs.M.Arifin M.Pd Ayahanda yang penulis banggakan dan Imas Eti Surtikanti S.Pd Ibundaku tercinta yang selalu ada dalam hal apapun di hidup saya. terima kasih banyak juga untuk adik-adik saya Risalatulhaq, Azmi Filhaq dan Inka Farihalhaq yang telah banyak memberikan dukungan, hiburan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil

sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya.

3. Bapak Dr. SahyaAnggara, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Bapak Herry Sutanto, SE,M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Ibu Yulia Fithriany Rahmah, S.P.M.E selaku Dosen Pembimbing I (satu) dan Bapak Babay Suhaemi, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing II (dua) yang telah meluangkan waktu serta pemikirannya untuk membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis seputar teknik penulisan skripsi.
6. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen, khususnya Bapak Kadar Nurjaman selaku Dosen Konsentrasi Manajemen Pemasaran yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan Manajemen Pemasaran sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Ucapan terimakasih penulis kepada semua sahabat khususnya enam Pemuda dan mahasiswa Manajemen angkatan 2010 kelas A, B dan kelas C yang dari pertama masuk UIN telah berjuang bersama, terima kasih atas suka dan dukanya dari awal kuliah, penulis sangat menjadikan ini pengalaman yang begitu berharga, serta banyak memberikan bantuan, dorongan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Kepada rekan-rekan serta saudara-saudara yang tidak bisa penulis tuliskan dalam skripsi ini satu - persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya, semoga Allah SWT meridhoi dan dicatat sebagai ibadah disisi-Nya, amin.



Bandung, Februari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

Kata pengantar	i
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Grafik	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.6 Kerangka Pemikiran.....	13
1.7 Penelitian Terdahulu	15
1.8 Hipotesis.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Pemasaran	21
2.1.1 Pengertian Pemasaran	21
2.1.2 Konsep Pemasaran	22
2.2 Produk	23
2.2.1 Pengertian Produk	23
2.2.2 Tingkatan Produk	23
2.3 Atribut Produk.....	24

2.3.1 Karakteristik Atribut Produk.....	26
2.3.2 Pentingnya Atribut Produk.....	32
2.4 Loyalitas Konsumen.....	33
2.4.1 Karakteristik Loyalitas	35
2.4.2 Membangun Loyalitas Pelanggan	36
2.4.3 Golongan Loyalitas	37
2.4.4 Peningkatan Loyalitas	38
2.4.5 Keuntungan Loyalitas	40
2.5 Hubungan Antara Atribut Produk Dan Loyalitas.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Desain Penelitian.....	43
3.2 Populasi Dan Sample	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sample.....	44
3.3 Jenis Dan Sumber Data	46
3.3.1 Jenis Data	46
3.3.2 Sumber Data.....	46
3.4 Variable Penelitian	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Teknik Pengolahan Data	51
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	51
3.6.2 Uji Validitas	52
3.6.3 Uji Reliabilitas	53

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	55
3.6.5 Analisis Korelasi Berganda	56
3.6.6 Pengujian Hipotesis	56
3.6.7 Uji t	57
3.6.8 Uji F	59
3.6.9 Koefisien Determinasi	61
3.7 Tempat Dan Jadwal Penelitian	62
3.7.1 Tempat Penelitian	62
3.7.2 Jadwal Penelitian	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Profil Perusahaan	65
4.1.1 Sejarah Perusahaan	66
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	68
4.1.2.1 Visi Perusahaan	68
4.1.2.2 Misi Perusahaan	69
4.2 Hasil Penelitian	69
4.2.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Data Responden	69
4.2.2 Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	70
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas	70
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	74
4.2.3 Statistik Deskriptif	77
4.2.4 Hasil Analisis Korelasi (r)	81
4.2.5 Hasil Analisis Regresi Berganda	83

4.2.6 Uji T	84
4.2.6.1 Pengaruh Kualitas Terhadap Loyalitas Konsumen	84
4.2.6.2 Pengaruh Fitur Terhadap Loyalitas Konsumen.....	86
4.2.6.3 Pengaruh Desain Terhadap Loyalitas Konsumen	87
4.2.7 Uji F	89
4.2.8 Uji Koefisien Determinasi	91
4.2.9 Pembahasan Hasil Penelitian	92
BAB V PENUTUP.....	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	103



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data TransaksiPenjualan Helm Di Kota Bandung.....	10
Tabel 1.2 PenelitianTerdahulu	15
Tabel3.1 Operasional Variable Penelitian.....	48
Tabel3.2 SkalaLikert.....	51
Tabel3.3 PedomanInterpretasiKoefisienKorelasi	56
Tabel3.4 PedomanInterpretasiKoefisienDeterminasi	62
Tabel3.5 JadwalPenelitian.....	63
Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.2 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kualitas (X ₁)	71
Tabel 4.4 Hasil Uji ValiditasFitur (X ₂).....	71
Tabel 4.5 Hasil Uji ValiditasDesain (X ₃).....	72
Tabel 4.6 Hasil Uji Loyalitas Konsumen (Y)	73
Tabel4.7 KaidahreliabilitasTritton.....	74
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reliablilitas Kualitas (X1).....	75
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas Fitur (X2).....	75
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas Desain (X3)	76
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas Loyalitas Konsumen (Y)	76
Tabel 4.12 Data Deskriptif Total Skor	77
Tabel 4.13 Kriteria Interpretasi Skor	78
Tabel 4.14 Matriks Korelasi.....	81
Tabel 4.15 Analisis Regresi Berganda	83
Tabel 4.16 Pengujian Hipotesis (Uji F)	90

Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 2.1 Bagan organisasi Tradisional Dan Modern.....	37
Gambar 2.2 Piramida Loyalitas	38
Gambar 4.1 Hasil Uji T Kualitas Terhadap Loyalitas Konsumen	85
Gambar 4.2 Hasil Uji T Fitur Terhadap Loyalitas Konsumen.....	87
Gambar 4.3 Hasil Uji T Desain Terhadap Loyalitas Konsumen	89
Gambar 4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji (F).....	91



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia.....6

Grafik 1.2 Data Penjualan Helm di Indonesia7

