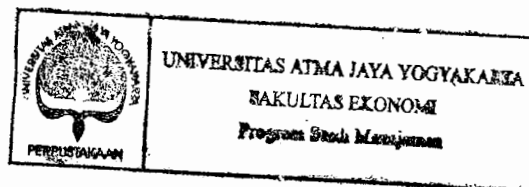


Blanding

	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
21 MAR 2007	
No. Buletin	3156/em/Hd-3/2007
No. Buletin	Rf 650.827 dmk oc
Sampul	



LOYALITAS MEREK PADA PRODUK AMPLAS NORTON

(Kasus Pada Industri Furniture, Handicraft, dan Art di Yogyakarta)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

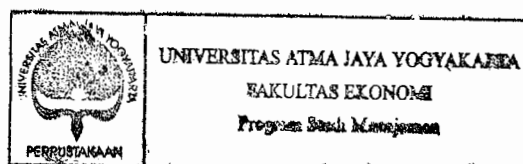
Margaretha Sukmawati Dwi Lestari

NPM : 98 03 10806

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

OKTOBER, 2006



SKRIPSI

**LOYALITAS MEREK PADA PRODUK AMPLAS
NORTON**

(Kasus Pada Industri *Furniture, Handicraft, dan Art* di Yogyakarta)

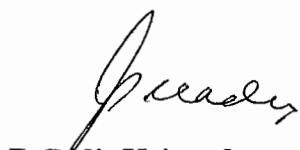
Disusun Oleh :

Margaretha Sukmawati Dwi Lestari

NPM : 98 03 10806

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



P. Didit Krisnadewara, Drs.,MM.

Tanggal 31 Agustus 2006

SKRIPSI

**LOYALITAS MEREK PADA PRODUK AMPLAS
NORTON**

(Kasus Pada Industri *Furniture, Handicraft, dan Art* di Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Margaretha Sukmawati Dwi Lestari

NPM : 98 03 10806

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 14 Oktober 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Ign. Sukirno, Drs., MS.

Anggota Panitia Penguji



P. Didit Krisnadewara, Drs., MM.

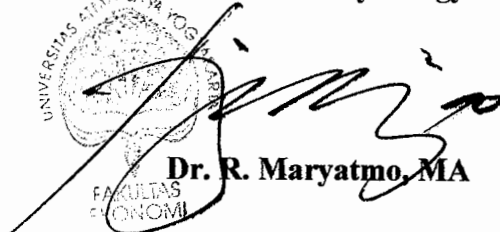


Budi Suprpto, Dr., MBA.

Yogyakarta, 14 Oktober 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. R. Maryatmo, MA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

LOYALITAS MEREK PADA PRODUK AMPLAS NORTON (Kasus Pada Industri *Furniture, Handicraft, dan Art* di Yogyakarta)

benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Oktober 2006

Yang menyatakan



Margaretha Sukmawati D.L.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mengaruniakan segala rahmat dan berkat pertolongan-NYA kepada penulis sehingga penyusunan skripsi dengan judul : **“LOYALITAS MEREK PADA PRODUK AMPLAS NORTON (Kasus Pada Industri Furniture, Handicraft, dan Art di Yogyakarta)”** dapat diselesaikan dengan baik.

Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi tugas akhir untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak menerima bantuan, baik berupa bimbingan, nasehat maupun doa dari berbagai pihak yang sangat besar artinya bagi kelancaran penulisan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. **Bapak P. Didit Krisnadewara, Drs., MM.,** selaku dosen pembimbing utama yang telah perhatian, berempati dan memberi kebebasan bagi penulis untuk berkreasi dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih banyak untuk kesempatan dan kesabarannya.
2. **Bapak C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.,** selaku ketua program studi manajemen yang telah memberikan dorongan dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. **Bapak Paulus Tanuwijaya, Bapak Nayful Roesdal, Bapak Febri** dan segenap manajemen PT.Saint-Gobain Norton Hamplas yang telah berusaha

payah memberi semua data dan informasi yang dibutuhkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

4. **Bapak Januar Riyanto**, “Terima kasih atas bantuan doanya, Pak!”
5. **Mama dan Papa** atas kesabarannya menunggu kelulusanku. “Terima kasih buat semua perhatian, pengorbanan dan kasih sayangnya selama ini”, **My bro’ Denny dan My sis’ Sisil** “Gak terasa kita udah gede-gede ya...I luv U all.”
6. **Hendri, suami baruku** yang selalu mendampingi, memberikan bantuan, dorongan, doa dan motivasi. “Thanks 4 everythings, I love U...”
7. **Keluarga Besar Edinyo** yang telah memberi bantuan dan dorongan dalam penulisan skripsi ini.
8. **Seluruh karyawan UD.Lestari**, terima kasih buat perhatian dan kerja samanya.
9. **Para dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta** yang telah mendidik dan membekali penulis dengan ilmu dan pengetahuannya.
10. **Sahabatku, teman-teman UAJY ‘98, dan teman-teman KKN ‘02**
“Ternyata aku yang terakhir nich !”
11. **Semua pihak** yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik langsung maupun tidak langsung atas selesainya penulisan skripsi ini.

Segala bantuan, bimbingan dan doa dari semua pihak sangat berarti bagi penulis dan penulis mengucapkan terima kasih. Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan yang telah diberikan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan-kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu semua saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 31 Agustus 2006

Penulis

MOTTO

*Makin banyak aku tahu, makin banyak aku tidak tahu,
akhirnya aku tahu bahwa hanya satu yang aku tahu
yaitu aku tidak tahu apa-apa
(Socrates)*

Ya Tuhan, jadikan daku tak pernah mendamba
untuk dihibur daripada menghibur
untuk dipahami daripada memahami
untuk dicinta daripada mencinta
dengan segenap hatiku

Kadang jalan terasa jauh, tenagaku terkuras habis
lalu, 'ku berpaling padaMu dan aku pun Kau kuatkan
Bebatuan menghalangi langkahku kadang akupun jatuh
namun Kau selalu di sana siap membantu kala kupinta
(Estelle White)



Kupersembahkan Skripsi ini untuk :

Jesus Christ

My Mother and My Father

My Husband, Injohendrianto

My Brother Denny & fam. And My Sister Cicilia

Y.Adi Sumantoro's Big Family

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Metodologi Penelitian	9
1.6.1. Tempat Penelitian	9
1.6.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	10

1.6.3. Metode Pengumpulan Data	10
1.6.4. Metode Analisis Data	11
1.7. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1. Pengertian Pemasaran	14
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2.3. Konsep Pemasaran	17
2.4. Pasar Industri	18
2.4.1. Karakteristik Pasar Industri	19
2.4.2. Pengaruh Utama pada Pembeli di Pasar Industri .	20
2.4.3. Proses Pembelian di Pasar Industri	22
2.5. Pengertian Merek	23
2.5.1. Keputusan Pemberian Merek	24
2.5.2. Ekuitas Merek	25
2.5.3. Loyalitas Merek	27
2.5.4. Fungsi Loyalitas Merek	28
2.5.5. Tingkatan Loyalitas Merek	29
2.5.6. Pengukuran Loyalitas Merek	31
2.5.7. Loyalitas Merek dan Implikasinya terhadap Pemasaran	32
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	34
3.1. Tentang Norton	34
3.2. Saint-Gobain	35

3.3. Sejarah Singkat PT.Saint-Gobain Norton Hamplas, Indonesia	36
3.4. Lokasi PT.Saint-Gobain Norton Hamplas Indonesia	37
3.5. Pemasaran	37
3.5.1. Produk Perusahaan	37
3.5.2. Target Market dan Daerah Pemasaran	39
3.5.3. Pesaing	40
3.5.4. Promosi	40
3.5.5. Personalia	40
BAB IV ANALISIS DATA	43
4.1. Analisis Karakteristik Responden	43
4.2. Analisis Loyalitas Merek	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1. Kesimpulan	56
5.2. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel. 1. Pengelompokkan Berdasarkan Jenis Usaha	43
Tabel. 2. Pengelompokkan Berdasarkan Pangsa Pasar	44
Tabel. 3. Pengelompokkan Berdasarkan Konsumsi Pemakaian Amplas Rata-Rata per Bulan	44
Tabel. 4. Jenis Amplas yang Digunakan Konsumen	45
Tabel. 5. Jenis Amplas Di Mana Konsumen Loyal Terhadap Merek Norton	46
Tabel. 6. Lamanya Konsumen Loyal Terhadap Merek Norton	47
Tabel. 7. Keinginan Konsumen Untuk Loyal Pada Merek yang Sama	48
Tabel. 8. Konsumen Yang Loyal, Tetapi Pernah Mencoba Merek Lain	49
Tabel. 9. Penyebab Konsumen Loyal Terhadap Merek	51
Tabel. 10. Nilai hasil kali jumlah responden yang menjawab dengan tingkat kepentingannya	51
Tabel. 11. Keuntungan Loyal Terhadap Merek Menurut Konsumen ...	52
Tabel. 12. Nilai hasil kali jumlah responden yang menjawab dengan tingkat kepentingannya	53
Tabel. 13. Kerugian Yang Diderita Konsumen Apabila Loyal Terhadap Merek Tertentu	54
Tabel. 14. Nilai hasil kali jumlah responden yang menjawab dengan tingkat kepentingannya	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar. 2.1. Konsep <i>Brand Equity</i>	26
Gambar. 3.1. Struktur Saint-Gobain	35
Gambar. 3.2. Tahapan Proses Pembuatan Amplas	38
Gambar. 3.3. Struktur Organisasi PT.Saint-Gobain Norton Hamplas, Indonesia	42

LOYALITAS MEREK PADA PRODUK AMPLAS NORTON

(Kasus Pada Industri *Furniture, Handicraft, dan Art* di Yogyakarta)

Disusun Oleh :

Margaretha Sukmawati Dwi Lestari

NPM : 98 03 10806

Pembimbing Utama

P.Didit Krisnadewara, Drs., MM.

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) jenis produk di mana konsumen loyal terhadap merek Norton, (2) lamanya konsumen loyal terhadap produk merek Norton, (3) keinginan konsumen untuk tetap loyal pada merek produk yang sama pada pembelian berikutnya, (4) apakah konsumen pernah mencoba merek lain sewaktu mengkonsumsi produk serupa di masa lalu, (5) alasan yang paling mempengaruhi konsumen loyal terhadap merek Norton, dan (6) keuntungan dan kerugian utama apabila loyal pada merek tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam riset ini adalah : (1) wawancara, (2) kuesioner, dan (3) observasi.

Ada enam temuan utama yang diperoleh dari penelitian ini. Pertama, konsumen loyal terhadap merek Norton paling banyak pada produk jenis roll. Kedua, konsumen loyal terhadap produk merek Norton sudah lebih dari satu tahun. Ketiga, sebagian besar konsumen mungkin akan tetap loyal pada merek produk yang sama pada pembelian berikutnya. Keempat, konsumen umumnya pernah mencoba merek lain sewaktu mengkonsumsi produk serupa. Kelima, alasan terpenting yang menyebabkan konsumen loyal terhadap merek Norton adalah kepuasan dalam menggunakan produk dengan merek yang dipilih. Keenam, menurut pendapat konsumen, keuntungan utama apabila loyal terhadap merek tertentu adalah dapat mengurangi risiko produksi, sedangkan kerugian utama apabila loyal terhadap merek tertentu adalah tidak bisa membandingkan dengan merek lain; tidak ada pengalaman baru atas barang yang sama dengan merek lain; pengetahuan tentang barang serupa kurang; mungkin merek lain lebih murah walau kualitas sama.

Kata kunci: loyalitas merek, jenis produk, keinginan konsumen, rencana konsumen, alasan loyal terhadap merek, keuntungan dan kerugian loyal terhadap merek.