

**ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN PRODUK  
PEMUTIH WAJAH *POND'S FLAWLESS WHITE*  
DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh :**

**VINDA NATALIA BR KARO**

**No.Mhs : 11074621**

**Jurusan : Manajemen**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2011**

**ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN PRODUK  
PEMUTIH WAJAH *POND'S FLAWLESS WHITE*  
DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis  
Program Studi Manajemen Pemasaran  
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S1)**

**Disusun oleh :**

**VINDA NATALIA BR KARO**

**No.Mhs : 11074621**

**Jurusan : Manajemen**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2011**

## HALAMAN PERSETUJUAN

**Judul** : Analisis Loyalitas Konsumen Dalam Mengkonsumsi  
Produk Pemutih Wajah *Pond's Flawless White* Di Kota  
Yogyakarta.

**Nama** : Vinda Natalia Br Karo

**Nim** : 11074621

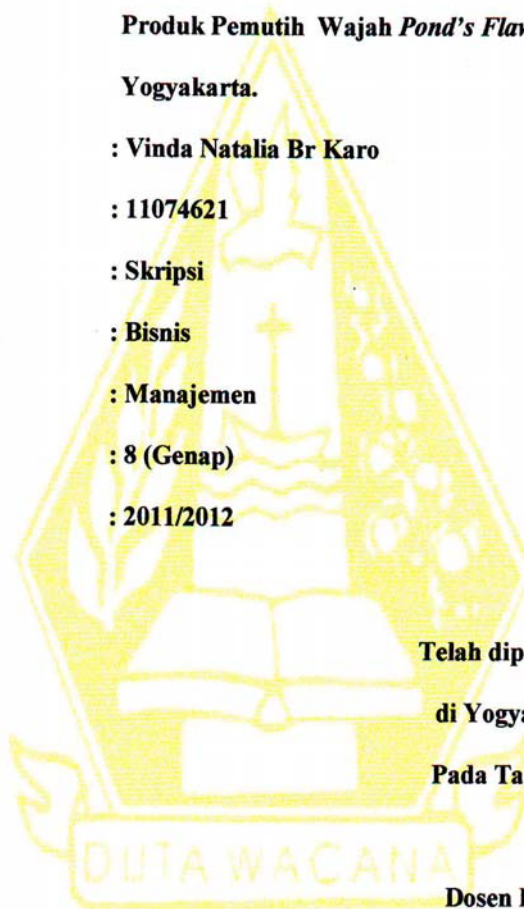
**Mata Kuliah** : Skripsi

**Fakultas** : Bisnis

**Program Studi** : Manajemen

**Semester** : 8 (Genap)

**Tahun** : 2011/2012



Telah diperiksa dan disetujui  
di Yogyakarta  
Pada Tanggal.....

Dosen Pembimbing

(Dra. Purwani Retno Andaras, M.M)

## HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Bisnis

Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen Pemasaran

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

15 SEP 2011

Mengesahkan

Dekan Fakultas Bisnis



(Dra. Insiwijati P,MM)

Dewan Penguji:

1. Jonathan Herdipko, SE,MM.....

2. Dra. Purwani Retno Andalas, M.M

3. Petra Surya Mega Wijaya, SE.,M.Si

## *Motto*

- Takut akan Tuhan adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh menghina hikmat dan didikan. (Amsal 1:7)
- Jangan takut, sebab Aku menyertai engkau, jangan bimbang, sebab Aku ini Allahmu ; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau ; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan. (Yesaya 41 :10)
- Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia. (Kolose 3:23)
- Yesus kenal kamu lewat hati bukan lewat wajah. Yesus sayang kamu lewat kasih yang nyata bukan lewat janji manis. Karena itu, tempatkan dia ditempat terindah dalam hatimu.
- Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada padaku mengenai kamu, demikianlah Firman Tuhan, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan.(Yeremia 29:11)

## *Halaman Persembahan*

*Karya ini kupersembahkan kepada:*

- *Bapa J (Jesus Christ)*
- *Bapakku tercinta*
- *Mamaku terkasih*
- *Ibu Purwani Retno Selaku Dosen Pembimbing*
- *B'Eddy, K'Siska, B'Robin dan Adekku Berkly, Fitri, Jois*
  - *My Honey*
  - *All My Friends*
- *Almamaterku Duta Wacana*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, cinta kasih sayang, perlindungan dan petunjuk-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi yang berjudul "Analisis Loyalitas Konsumen Dalam Mengonsumsi Produk Pemutih Wajah *Pond's Flawless White* ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen.

Selama proses penelitian sampai selesai, tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dukungan dan saran-saran dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis ingin sekali menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus. Berkat Tuhan yang selalu berlimpah dalam hidupku membawa aku hingga titik ini, Terima Kasih Yesus buat kehidupanku ini. Terima kasih buat Kasih SetiaMU yang selalu nyata saat suka maupun dukaku.
2. Ibu Dra Insiwijati P,MM selaku PJS Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Ibu Dra.Purwani Retno Andalas.MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk membimbing serta mengarahkan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini dan sangat sabar membimbing penulis, serta mendukung penulis untuk selalu bersemangat. Maaf ya ibu kemaren sempat nangis didepan ibu. Terimakasih banyak ibu Retno buat bimbingannya selama ini .Sukses selalu buat Ibu dan keluarga. GBU

4. Segenap Dosen dan Staf pengajar lainnya yang telah membimbing dan memberikan bekal ilmu pengetahuan selama duduk dibangku perkuliahan, semoga ilmu yang kalian berikan cukup bagiku untuk jalan karirku. Terima kasih untuk semuanya karena telah berusaha memberikan yang terbaik untuk kami selama kuliah di UKDW, tetap tingkatkan mutu pendidikan di Ukdw.
5. Staf administrasi Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, Mbak Lilis, Mbak Mexi, Pak Pur, dan Pak Ngadiyo yang telah memberikan informasi selama aku masih kuliah dan informasi tentang Tugas Akhir yang diperlukan oleh penulis.
6. Bapak ras Mamakku tercinta, aku tahu setiap saat ada namaku dalam Doa kalian. Terima kasih buat dukungan penuhnya, yang selalu memotivasi, mendengarkan keluhanku, mendorongku untuk terus maju, dan sabar hingga terselesaikannya skripsi ini. Kalian selalu memperjuangkan yang terbaik buat aku anakndu. Tak henti rasa syukurku menjadi anakndu. Karya ini kupersembahkan untuk Bapakku dan mamakku tersayang. Bujur melala ya Pak/mak, kelengkel teku kena duana.^.^
7. My Love Familly : B'eddy, K'siska, B'robin, adekku Fitri , Jois, Berkly, Ibrena, keluarga besar kacaribu dan sembiring kembaren. Terimakasih buat semangat, dukungan, kesabaran dan doa kalian semua yang selalu tersampaikan buatku.



8. My Honey, Fery Dinan Sembiring. Kehidupanmu mengajarkanku banyak hal baik, suatu saat kita jalani bersama-sama ya. Terima kasih buat dukungan dan doamu yang selalu tersampaikan dengan hangat. Tuhan mengasihimu nan.
9. Teman-teman terbaikku K'xrisna, K'febri, Etik, K'selvi, K'rut, Putri, Mitta ndut, Friska, K'arya, Selena. Makasih banget..
10. Teman perkuliahan, Lidia, B'Oni, Hendra, B'nick, B'birra, Roy, K'ita, K'irma, Danov, Tias, Wilson, Dedi, B'apul, Repita, Mya, B'eben, Alex, Felan, Maikel, K'ita, Erli, Kris, Cilsa, dll.
11. Teman-teman pelayananku Sektor Solo, Guru-guru KaKr Runggun Jogjakarta dan Merga Silima Ukdw Thx banget buat kebersamaannya selama ini, senang bisa melayani bersama kalian semua dan tetap semangat.....^^

Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga Tuhan membalas jasa-jasa dan kebaikan dengan pahala yang berlimpah. Dalam penyusunan skripsi ini, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari sebelumnya bahwa penulisan masih jauh dari sempurna. Untuk itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun, penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Agustus 2011

Penulis

( Vinda Natalia Br Karo)

## DAFTAR ISI

### Halaman

#### HALAMAN

JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi

#### BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2	Perumusan Masalah.....	4
1.3	Batasan Masalah .....	4
1.4	Tujuan Penelitian.....	5
1.5	Manfaat Penelitian .....	5

## **BAB II LANDASAN TEORI DAN STUDI PUSTAKA**

2.1	Landasan Teori, dan Studi Pustaka.....	7
2.2	Studi Pustaka.....	7
2.2.1	Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran... ..	7
2.2.2	Konsep Pemasaran.....	9
2.2.3	Prilaku konsumen.....	10
2.2.4	Konsep Loyalitas.....	20
2.2.5	Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas .....	23
2.2.6	Pengembangan Model Penelitian.....	26
2.2.7	Hipotesis Penelitian.....	26

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Data.....	28
3.1.1	Sumber Data.....	28
3.1.2	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.1.3	Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.2	Variabel Penelitian dan Pengumpulan Variabel.....	31
3.2.1	Variabel Penelitian.....	31
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	32
3.3	Metode Analisis Data.....	33
3.3.1	Uji Validitas.....	33
3.3.2	Uji Reliabilitas.....	34
3.3.3	Analisis Deskriptif.....	35
3.4	Uji Statistik .....	35

3.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.4.2 Uji T test.....	36
3.4.3 Uji F test.....	37
3.4.4 Uji R <sup>2</sup> .....	38

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Profil Responden .....	40
4.2 Hasil Pengujian Instrument Penelitian.....	44
4.2.1 Analisis Validitas.....	44
4.2.2 Analisis Reliabilitas.....	45
4.3 Uji Statistik.....	46
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4.3.2 F Test.....	47
4.3.3 T Test.....	49
4.3.4 Uji R <sup>2</sup> .....	51
4.5 Pembahasan.....	51

#### **BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Keterbatasan.....	54
5.3 Saran Penelitian.....	54

#### **DAFTAR PUSTAKA..... 55**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan/Bulan.....	42
Tabel 4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	43
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.7	Hasil Uji Reabilitas.....	46
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.9	Hasil Uji F.....	48
Tabel 4.10	Hasil Uji $R^2$ .....	51
Tabel 4.11	Hasil Penelitian....	51

## Daftar Gambar

Gambar 2.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku.....	18
Gambar 2.3	Model Penelitian.....	26
Gambar 2.3	Kurva Uji T .....	37
Gambar 2.3	Kurva Uji F.....	38

## Daftar Lampiran

Lampiran 1	Surat Ijin Penelitian
Lampiran 2	Kuesioner
Lampiran 3	Uji Reliabilitas dan uji Validitas
Lampiran 4	Analisis Prosentase
Lampiran 5	Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 6	Tabel r, table T, table F

## ABSTRAK

Persaingan bisnis yang begitu ketat sekarang ini, serta tidak kondusifnya iklim ekonomi yang ada di Indonesia membuat pebisnis harus benar-benar siap menghadapinya agar usaha yang dijalani tetap bertahan bahkan terus berkembang dengan kuat. Demikian juga dengan yang terjadi dengan bisnis kecantikan khususnya yang ada di Kota Yogyakarta, begitu banyaknya produk pemutih wajah yang ada membuat para produsen produk pemutih wajah harus melakukan satu strategi yang tepat untuk dapat memenangkan satu persaingan. Pond's Flawless White merupakan salah satu perlengkapan kecantikan berupa pemutih wajah.

Riset ini diarahkan untuk menemukan pengaruh dimensi produk yang memutihkan kulit wajah, yang terdiri dari kualitas produk, citra (*image*) public, dan iklan yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, yang diukur melalui pengguna yang berlanjut dan berniat untuk melakukan pembelian ulang dengan merek yang sama.

Melalui metode sampel random sampling, maka ditetapkan responden sebanyak 100 orang responden yang pernah menggunakan produk pemutih wajah *pond's flawless white* secara acak. Penelitian ini mengambil sampel dari populasi masyarakat yang ada di kota Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel dependen digunakan untuk mengetahui pengaruh produk kecantikan yang terdiri dari kualitas produk, citra (*image*) public, dan iklan terhadap loyalitas konsumen.

Hasil analisis regresi menunjukkan ketiga dimensi tersebut dalam produk kecantikan sangat penting dalam menciptakan loyalitas konsumen dan dari hasil yang telah diuji terbukti kualitas produk, citra public, dan iklan mempengaruhi loyalitas konsumen. Sehingga konsumen tidak berpaling ke merek lain tetapi tetap mengkonsumsi merek yang sama atau loyal terhadap produk tersebut.

**Kata kunci:** Regresi linear berganda, *quallity* (Kualitas Produk), *public image* (Citra Publik), *advertisement* (iklan), dan *loyalliy* (loyalitas).

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring berkembangnya zaman, dunia kecantikan seakan juga berkembang cukup pesat. Kesadaran terhadap sebuah penampilan dirasa sangat penting dewasa ini, baik bagi kaum hawa maupun kaum adam. Kecantikan sangat luas artinya, dapat berarti perawatan kulit tubuh maupun wajah ataupun hanya dekoratif atau tata rias pada wajah. Saat ini banyak sekali produk – produk kecantikan yang beredar dipasaran, seiring dengan itu berbagai perusahaan dibidang kecantikan mulai banyak bermunculan untuk menawarkan produknya.

Dengan semakin banyaknya perusahaan dibidang kecantikan, para produsen produk pemutih wajah semakin bersaing dalam menjual ataupun mempromosikan produknya. Dalam hal ini perusahaan harus bisa menarik pelanggan dan mempertahankan produk yang di tawarkan agar produk yang ditawarkan dapat bertahan dan berkembang di pasar. Jika perusahaan ingin tetap eksis dalam persaingan, maka perusahaan harus memperhatikan salah satu fungsi pokoknya yaitu pemasaran. Persaingan di era globalisasi ini akan semakin mengarahkan sistem perekonomian negara maupun ke mekanisme pasar yang pada akhirnya memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar.

Dalam melaksanakan pemasaran yang baik, produsen harus mengetahui terlebih dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk yang ditawarkan akan sesuai dengan permintaan konsumen. Dengan demikian produk yang di tawarkan akan mudah di terima oleh konsumen atau pasar. Bila sudah terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya



hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi semakin baik, memberikan dasar bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen.

Dalam lingkungan bisnis kosmetik yang dikenal di Indonesia terjadi persaingan yang begitu ketat maka untuk memenuhi kebutuhan tersebut PT. Unilever Tbk meluncurkan berbagai produk kecantikan, salah satunya adalah produk pemutih wajah *Pond's flawless white* yang mengandung Vitamin B3, B6, E, C dan UV protection yang memberikan nutrisi pada kulit wajah dan menjadikan kulit tampak lebih putih dan bersinar karena berkurangnya noda gelap dan bekas jerawat pada wajah. Dengan formula yang ringan dan mudah terserap oleh kulit. (<http://www.myponds.net/ponds-for-you-flawless-white.html>).

Bisnis dalam dunia kecantikan merupakan bisnis yang tidak asing lagi dikalangan masyarakat. Para pembisnis yang bergerak dalam bidang pemutih wajah berusaha keras untuk melawan persaingan yang ada. Produk pemutih wajah *Ponds Flawless White* selalu memberikan penawaran-penawaran yang menarik agar dapat menarik minat konsumen dan menjaga loyalitas konsumen terhadap produk yang disediakan oleh perusahaan dan strategi ini juga digunakan untuk melawan persaingan yang terjadi dalam dunia kecantikan.

Pada kenyataannya penelitian tentang loyalitas produk tidak hanya terbatas pada kekuatan kualitas produk semata. Dalam penelitian ini ada beberapa kekuatan yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap sebuah produk dan yang menjadi keunggulan dari produk pemutih wajah *pond's flawless white*. Diantaranya kaitannya dengan kualitas dari produk tersebut dimana kualitas produk merupakan evaluasi menyeluruh konsumen atas kebaikan kinerja dari produk pemutih yang dikonsumsi konsumen (Mowen dan Minor, 2002). Yang kedua pengaruh citra terhadap loyalitas produk, dimana citra merupakan seperangkat keyakinan, ide dan

kesan yang dimiliki seseorang terhadap produk yang digunakan (Kolter, 2000). Dan yang ketiga pengaruh iklan juga mempunyai peranan penting didalam mempengaruhi konsumen agar loyal terhadap produk yang ditawarkan. Maka dari itulah kualitas produk, citra (*image*) dan iklan harus dapat meyakinkan dan mengkomunikasikan produk kepada konsumen/ masyarakat.

Selain itu faktor lain yang memungkinkan konsumen menjadi loyal yaitu adanya pendapat oranglain. Pendapat orang atau kelompok dapat berupa rekomendasi dari mulut ke mulut yang bisa berupa pertukaran komentar, pemikiran atau ide-ide antara dua konsumen atau lebih. Komunikasi dari mulut kemulut mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap perilaku pembelian konsumen (Mowen & Minor, 2002 :180). Hal ini secara tidak langsung dapat memberikan pengaruh bagi konsumen yang lain sehingga menimbulkan rasa percaya terhadap produk / jasa yang dikonsumsi.

Loyalitas konsumen merupakan salah satu aset yang tak ternilai harganya bagi perusahaan, untuk itu keberadaanya perlu dijaga dengan baik agar suatu perusahaan dapat terus eksis dipasar. Bila dilihat dari sisi biaya, membangun loyalitas pelanggan lebih mudah dibandingkan dengan membidik pelanggan baru. Namun bila dilihat dari tingkat kesulitannya, membangun loyalitas pelanggan jauh lebih sulit daripada memuaskan pelanggan ( Sudirmadi, 2006). Meskipun loyalitas sulit untuk diciptakan, namun keuntungan yang diperoleh nantinya juga akan setimpal dengan pengorbanan yang dikeluarkannya. Loyalitas konsumen adalah ”orang yang melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antara lain produk atau jasa, merefrensikan kepada oranglain serta menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing”. ( Griffin,2002 :31 ).

Berdasarkan pada konsep pemikiran diatas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis dan meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas produk, citra (*image*) ,dan iklan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan mengambil judul: **“ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMUTIH WAJAH *POND’S FLAWLESS WHITE* DI KOTA YOGYAKARTA”**

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond’s Flawless White* ?
2. Bagaimanakah pengaruh citra (*image*) publik terhadap loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond’s Flawless White* ?
3. Bagaimanakah pengaruh iklan terhadap loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond’s Flawless White* ?

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk terarahnya penelitian ini dan karena keterbatasan waktu serta kemampuan dari penulis, maka dalam penelitian tentang loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah ini penulis berusaha untuk membatasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Lokasi penelitian dilakukan di kota Yogyakarta.
2. Responden penelitian adalah konsumen yang sudah pernah membeli dan mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond’s Flawless White*.
3. Jumlah responden sebanyak 100 responden.

4. Profil responden yang diteliti didiskripsikan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, pekerjaan, dan lama pemakaian produk pemutih wajah *Pond's Flawless White*.
5. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
  - a. Kualitas produk.
  - b. Citra ( *image* ) publik.
  - c. Iklan
  - d. Loyalitas Konsumen.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond's Flawless White*.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra ( *image* ) publik terhadap loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond's Flawless White*.
3. Untuk menganalisis pengaruh iklan terhadap loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond's Flawless White*.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menambah pengetahuan yang bermanfaat tentang perilaku konsumen melalui penerapan teori- teori dan pengetahuan yang telah didapat selama dibangku perkuliahan.

## 2. Bagi Pembaca

Dapat menambah informasi, dan menjadi masukan untuk lebih mengetahui seberapa besar loyalitas konsumen dari suatu merek, khususnya merk *pond's flawless white*.

## 3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai masukan dan juga dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya oleh peneliti-peneliti yang tertarik pada masalah-masalah yang terkait dengan masalah yang diteliti.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond's Flawless White*; dimana sampelnya adalah 100 orang responden dari konsumen yang pernah mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond's Flawless White* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari profil responden, maka berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden dalam penelitian ini adalah jenis kelamin wanita yaitu 100% , sedangkan umur konsumen yang dominan dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond's Flawless White* adalah konsumen yang berumur 21-25 yaitu 45% , sedangkan yang berdasarkan pekerjaan yang lebih dominan mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond's Flawless White* adalah mahasiswa sebanyak 76 atau (76%), berdasarkan penghasilan per bulan yang paling dominan dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah adalah konsumen yang memiliki penghasilan Rp 500.000-Rp 1.000.000 sebesar 67,0%. Dan berdasarkan lama pemakaian yang lebih dominan dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond's Flawless White* adalah >12 bulan sebesar 72 %.
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond's Flawless White*.
3. Citra ( *Image*) Publik berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond's Flawless White*.

4. Iklan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond's Flawless White*.
5. Kualitas produk, citra (*image*) public, dan iklan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi produk pemutih wajah *Pond's Flawless White*.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini hanya dilakukan terhadap konsumen wanita saja
2. Pengumpulan data penelitian ini hanya melalui kuesioner, sehingga variable yang diukur dapat bersifat *self-response*, sehingga ada kemungkinan responden terlalu rendah atau terlalu tinggi dalam menentukan nilai yang dimiliki.
3. Jumlah responden hanya 100 orang ini berarti data yang diperoleh belum menggambarkan kondisi pasar yang sesungguhnya.

## **5.1 Saran Penelitian**

Untuk penelitian selanjutnya untuk menambah jumlah responden dan menjelaskan secara detail kepada responden yang kemungkinan bingung dalam menjawab kuesioner. Wilayah penelitian di perluas lagi dengan menggunakan wilayah lain dengan menggunakan responden ibu-ibu rumah tangga atau pekerja wanita.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 1997. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dharmmesta, B.S (1999) Loyalitas Pelanggan : Sebuah kajian konseptual sebagai pendum bagi peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14 (3), 73-88
- Griffin, Jill (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga  
(<http://www.myponds.net/ponds-for-you-flawless-white.html>).
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*. Jakarta: Prehalindo
- Kotler, P., 2000, *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. PT macam jaya cemerlang
- Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran*. Prehallindo, Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, J. & Minor, M (2002) *Prilaku Konsumen, Edisi Kelima Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Mowen, J. & Minor, M (1998) *Prilaku Konsumen, Edisi Kelima Jilid 1*. Jakarta :Erlangga
- Malhotra, N.K. 2005. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Jakarta: Gramedia
- Swastha, Basu dan Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen, Edisi I*, Cetakan 3, Yogyakarta : BPFE.
- Sudimardi. 2006, **Kiat Membangun Loyalita Pelanggan**  
([www.swa.co.id/swamajalah/ajian/details.Php](http://www.swa.co.id/swamajalah/ajian/details.Php)).
- Siagian, Dergibson. 2000. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sugiyono. 2004. *Pedoman Penelitian Bahasa Lisan*. Jakarta: Pusat Bahasa Dep. Dik. Nas., 2003
- Usmara. (2003).*Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Amara Books.
- Ridwan. 2004. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: CV Alfabeta.