

ABSTRAK

Dwi Syafitri, **Pengaruh *Emotional value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetika Sari Ayu (Survei pada konsumen Sari Ayu di Counter Puri Ayu Yogya Kepatihan Bandung)**, di bawah bimbingan Dr. Agus Rahayu, M.Si. dan Vanessa Gaffar, F, SE., AK., MBA.

Kemajuan bisnis kosmetika di era globalisasi dewasa ini, semakin berkembang dengan pesat, begitu banyak produk kosmetik yang beredar sehingga menimbulkan banyaknya persaingan. Persaingan tersebut semakin ketat dengan datangnya pemain baru. Berkembangnya sektor usaha kecantikan khususnya produk kosmetika terlihat dari banyaknya produk-produk kosmetika baru yang beredar di pasaran, sehingga dapat menimbulkan persaingan. Banyaknya produk-produk kosmetika yang dijual dipasaran dengan berbagai merek dari perusahaan-perusahaan kosmetika memberikan kelebihan dan kekurangan tersendiri bagi konsumennya. Sariayu sebagai salah satu produsen kosmetika pun berusaha mendapatkan konsumennya sendiri.

Jika sebuah merek sudah dikenal di masyarakat, kemudian ada asosiasi atau dapat dibedakannya merek tersebut dari kompetitor sejenisnya, serta dapat dipersepsikan bahwa merek tersebut memiliki kualitas yang tinggi sehingga timbul adanya loyalitas dan kepuasan dari pengguna merek tersebut, maka dapat dipastikan bahwa merek tersebut memiliki *brand equity* yang sudah tinggi. Pada dasarnya fanatisme atau loyalitas terhadap suatu merek merupakan suatu kondisi yang dinamis, fanatisme dapat berubah sejalan dengan berjalannya waktu. Sebab banyak faktor yang membuat para loyalitas goyah atau berubah pikiran, antara lain munculnya pengaruh fungsional dan emosional.

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data guna menjawab masalah di atas. Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah: untuk mengetahui bagaimana gambaran *Emotional Value* yang diterima pelanggan kosmetika Sariayu, untuk mengetahui bagaimana gambaran loyalitas pelanggan pada produk kosmetika Sariayu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Emotional Value* terhadap loyalitas pelanggan kosmetika Sariayu

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen counter Puri Ayu Yogya Kepatihan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan ini adalah teknik *Systematic Random Sampling*.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi dan regresi sederhana, karena penelitian menganalisis dua variabel, yaitu *Emotional Value* (X) dan loyalitas Pelanggan sebagai variabel terikat (Y).

Dari hasil penelitian *emotional value* (X) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,460 dan faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu sebesar 54%.

Perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan menciptakan inovasi-inovasi terhadap produknya dengan tetap mempertahankan kepuasan pelanggan. Sehingga akan tercipta loyalitas pelanggan terhadap produk kosmetik Sari Ayu.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanawataa'ala yang telah mengajar manusia melalui perantara kalam-Nya. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Rasulullah SAW, para sahabatnya dan penerus perjuangan beliau.

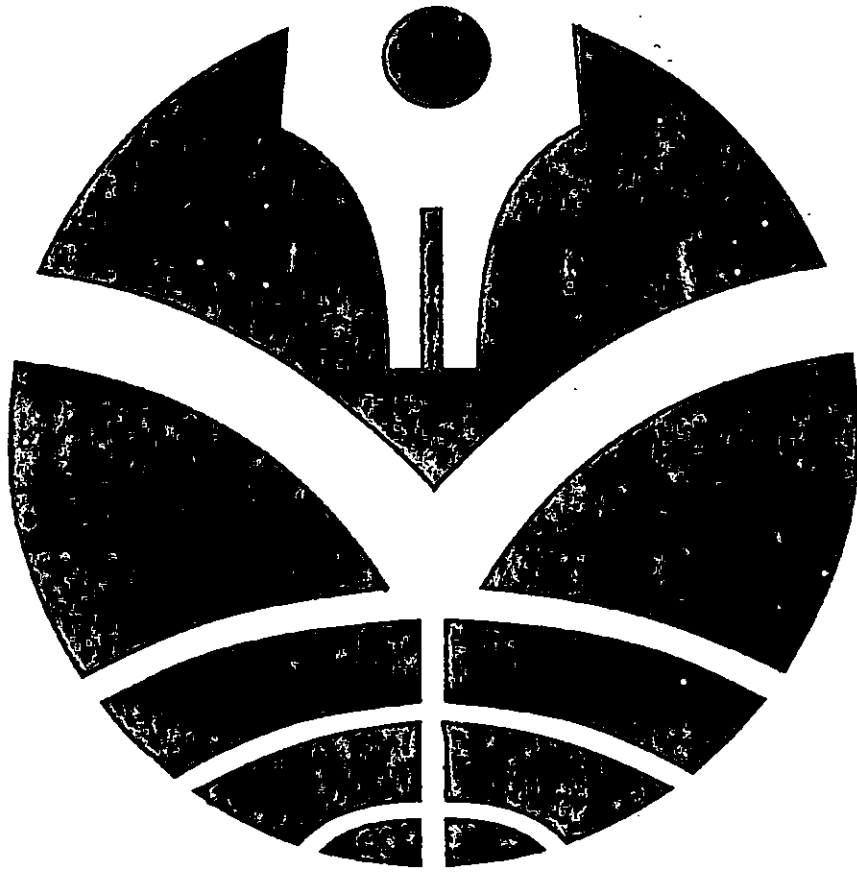
Rasa syukur penulis panjatkan atas selesainya penulisan skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Emotional Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetika Sariayu**".

Skripsi ini disusun untuk untuk mengetahui gambaran emotional value tentang kosmetika Sari Ayu di *counter* Puri Ayu Yoga Kepatihan Bandung, gambaran loyalitas pelanggan kosmetika Sari Ayu di *counter* Puri Ayu Yoga Kepatihan Bandung, dan bagaimana pengaruh diantara keduanya.

Disadari benar bahwa skripsi ini belum mencapai sasaran sebagaimana yang diharapkan, semua karena keterbatasan penulis. Namun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta menjadi sumbangan yang berarti bagi kemajuan pendidikan.

Bandung, Maret 2005

Penulis



UCAPAN TERIMA KASIH

Semua yang terjadi pada hakikatnya adalah atas ijin Allah SWT. Karena itulah penulis panjatkan puji dan syukur kepada-Nya dengan menyadari dan meyakini sepenuhnya pemberian nikmat dengan selesainya penyusunan skripsi, melalui berbagai bantuan yang diterima sebagai kemudahan selama menjalani masa kuliah hingga penulisan skripsi ini. Oleh karena itu selayaknyalah penulis panjatkan rasa syukur terhadap-Nya dan tanpa mengurangi rasa hormat kepada yang lainnya, penulis menghaturkan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mohammad Fakry Gaffar, M.Ed. selaku Pimpinan Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwama Al Muchtar, SH., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. Edi Suryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Yayat Hayati Djatmiko, M.Pd. selaku Ketua Tim Pengembang Penulisan Skripsi.
5. Bapak Lili Adi Wibowo, S.Sos, S.Pd., M.Pd selaku sekretaris Tim Pengembang Penulisan Skripsi.
6. Bapak Dr. Agus Rahayu M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia dan Selaku Pembimbing I dengan penuh rasa tanggung jawab telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis di sela-sela kesibukan beliau sebagai Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga.

7. Ibu Vanessa Gaffar. F, SE., AK., MBA. selaku Pembimbing II atas segala keikhlasan, ketelitian, dan kesungguhan beliau dalam membimbing serta memberikan pengarahan, kemudahan dan kelancaran sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.
8. Segenap Staf dan Dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah membimbing dan memberikan bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Indonesia.
9. Pihak Pasaraya Yogya Kepatihan Bandung dan *Counter Puri Ayu Yogya Kepatihan*, yang telah membantu penulis dengan mengizinkan untuk menyebarkan angket penelitian.
10. Teman-teman Tata Niaga 2000 semoga kita diberikan kelancaran dalam menjalani hidup. Serta rekan-rekan seperjuangan atas semangat, kebahagiaan, kesedihan yang kita rasakan bersama selama menyelesaikan skripsi ini

Akhirnya sembah bakti penulis sampaikan kepada ayahanda Nuron Hersonoadi dan Ibunda Sarah Rochayati atas dorongan dan do'a yang senantiasa mengiringi setiap langkah kehidupan penulis. Terimalah persembahan amal bakti ananda, buah dari perjuangan dan kesungguhan dalam menuntut ilmu untuk mendapatkan Ridha-Nya. Tak lupa pula kepada Kakakku Sri Ramdhani dan atas dorongan dan bantuannya, semoga kita bisa membalas pengorbanan orang tua kita.

Bandung, Maret 2005

