

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4 Kerangka Pemikiran .....	11
1.5 Asumsi .....	22
1.6 Hipotesis .....	22
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Bauran Pemasaran .....	24
2.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran .....	24
2.1.2 Komponen Bauran Pemasaran.....	25

2.2 Produk.....	27
2.2.1 Pengertian Produk.....	27
2.2.2 Tingkatan Produk .....	29
2.2.3 Hierarki Produk.....	30
2.2.4 Klasifikasi Produk .....	32
2.2.5 Atribut Produk .....	34
2.3 Promosi .....	40
2.3.1 Pengertian Promosi.....	40
2.3.2 Promotional Mix .....	42
2.4 Iklan.....	43
2.4.1 Pengertian Iklan.....	43
2.4.2 Klasifikasi Iklan .....	44
2.4.3 Sifat-Sifat Iklan.....	46
2.4.4 Daya Tarik Iklan.....	47
2.4.5 Keputusan Penting dalam Pemasangan Iklan.....	48
2.5 Loyalitas Pelanggan.....	55
2.5.1 Pengertian Loyalitas.....	55
2.5.2 Perspektif Loyalitas .....	57
2.5.3 Karakteristik Loyalitas .....	58
2.5.4 Jenis-Jenis Loyalitas .....	59
2.5.5 Tingkatan Loyalitas .....	60
2.6 Pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas Pelanggan .....	61
2.7 Pengaruh Iklan TV terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
2.8 Hubungan antara Atribut Produk dengan Iklan TV .....	64
2.9 Pengaruh Atribut Produk dan Iklan TV terhadap Loyalitas Pelanggan.....	64

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	67
3.2 Metode Penelitian .....	67
3.2.1 Sifat/Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	68
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	69
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	71
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	72
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	77
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	77
3.2.7 Teknik Analisis Data.....	82

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	89
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	89
4.1.2 Karakteristik Responden .....	94
4.1.3 Pengalaman Responden.....	97
4.1.4 Gambaran Variabel Penelitian .....	100
4.1.4.1 Gambaran Atribut Produk Citra <i>Hand &amp; Body Lotion</i> .....	100
4.1.4.2 Gambaran Iklan TV Citra <i>Hand &amp; Body Lotion</i> ....	113
4.1.4.3 Gambaran Loyalitas Pelanggan Citra <i>Hand &amp; Body Lotion</i> .....	123
4.1.5 Pengujian Hipotesis .....	128
4.2 Pembahasan.....	132
4.2.1 Gambaran Atribut Produk yang Dikembangkan oleh PT. Unilever.....	132
4.2.1 Gambaran Iklan TV yang Dibangun oleh PT. Unilever ....	134

4.2.3 Gambaran Loyalitas Pelanggan Citra <i>Hand &amp; Body Lotion</i> .....	136
4.2.4 Pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas Pelanggan .	137
4.2.5 Pengaruh Iklan TV terhadap Loyalitas Pelanggan.....	138
4.2.6 Hubungan antara Atribut Produk dengan Iklan TV .....	140
4.2.7 Pengaruh Atribut Produk dan Iklan TV terhadap Loyalitas Pelanggan .....	140
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
5.1 Kesimpulan .....	142
5.2 Rekomendasi.....	144
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	145
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Indeks Loyalitas Konsumen Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Tahun 2005-2006 .....	3
Tabel 1.2	Indek Kepuasan Produk <i>Hand &amp; Body lotion</i> tahun 2004-2006 ..	4
Tabel 1.3	Belanja Iklan Tahun 2006.....	6
Tabel 2.1	Tujuan Pemasangan Iklan.....	49
Tabel 2.2	Profil Jenis Media Utama .....	53
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	69
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data.....	72
Tabel 3.3	Penyebaran Proporsi Sampel pada Setiap RT Penelitian.....	76
Tabel 3.4	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	78
Tabel 3.5	Interpretasi Alternatif Jawaban .....	83
Tabel 3.6	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	84
Tabel 4.1	Profil Perkembangan Unilever.....	89
Tabel 4.2	Struktur Organisasi PT. Unilever Indonesia Tbk .....	93
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	95
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Belanja Kosmetik.....	96
Tabel 4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Media Periklanan Citra <i>Hand &amp; Body Lotion</i> .....	97
Tabel 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Waktu Berlangganan Citra <i>Hand &amp; Body Lotion</i> .....	98
Tabel 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Tempat Belanja Citra <i>Hand &amp; Body Lotion</i> .....	99
Tabel 4.8	Kemampuan Produk untuk Melembapkan Kulit.....	100
Tabel 4.9	Produk Memiliki Kandungan yang Bersifat Alami .....	101
Tabel 4.10	Produk Menghasilkan Aroma yang Wangi.....	102

Tabel 4.11 Keberagaman Jenis Produk .....	103
Tabel 4.12 Keberagaman Manfaat Produk.....	103
Tabel 4.13 Kesesuaian Warna Berdasarkan Bahan Alami Produk.....	104
Tabel 4.14 Desain Simbol/Logo .....	105
Tabel 4.15 Daya Tarik Merek Berdasarkan Kesan Kualitas .....	106
Tabel 4.16 Merek Mudah untuk Diingat.....	107
Tabel 4.17 Nama Merek Mudah untuk Diucapkan .....	108
Tabel 4.18 Bentuk Produk Memudahkan dalam Penggunaan.....	109
Tabel 4.19 Bentuk Produk Memudahkan dalam Penyimpanan .....	110
Tabel 4.20 Ukuran Produk Mudah untuk Dibawa .....	111
Tabel 4.21 Informasi pada Kemasan .....	112
Tabel 4.22 Alur Cerita Iklan Mudah untuk Dipahami .....	113
Tabel 4.23 Motto Iklan Mudah untuk Diingat .....	114
Tabel 4.24 Model Iklan.....	115
Tabel 4.25 Keunikan Desain Gambar dan Warna Iklan.....	116
Tabel 4.26 Kemenarikan Jingle yang Digunakan pada Iklan .....	117
Tabel 4.27 Kepercayaan Informasi dalam Pesan Iklan .....	118
Tabel 4.28 Daya Tarik Iklan TV.....	119
Tabel 4.29 Ketepatan Media Iklan TV .....	120
Tabel 4.30 Durasi Iklan .....	121
Tabel 4.31 Frekuensi Iklan.....	122
Tabel 4.32 Pembelian Ulang Produk.....	123
Tabel 4.33 Pembelian Antar Lini Produk.....	124
Tabel 4.34 Merekomendasi Produk Kepada Orang Lain.....	125
Tabel 4.35 Kesukaan Menggunakan Produk .....	126

Tabel 4.36 Kepuasan Memakai Produk .....	126
Tabel 4.37 Kesetiaan Menggunakan Produk .....	127
Tabel 4.38 Matriks Korelasi antara Atribut Produk dan Iklan TV terhadap Loyalitas Pelanggan .....	128
Tabel 4.39 Hasil Pengujian Koefisien Jalur .....	129
Tabel 4.40 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari X1.....	130
Tabel 4.41 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari X2.....	131
Tabel 4.42 Hasil Pengujian Pengaruh Atribut Produk dan Iklan TV terhadap Loyalitas Pelanggan .....	130
Tabel 4.43 Rekapitulasi Indikator Atribut Produk .....	132
Tabel 4.44 Rekapitulasi Indikator Iklan TV .....	134
Tabel 4.45 Rekapitulasi Indikator Loyalitas Pelanggan .....	136





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran Pengaruh Atribut Produk dan Iklan TV terhadap Loyalitas Pelanggan Citra <i>Hand &amp; Body Lotion</i> .....	20
Gambar 1.2	Paradigma Pengaruh Atribut Produk dan Iklan TV terhadap Loyalitas Pelanggan Citra <i>Hand &amp; Body Lotion</i> .....	21
Gambar 2.1	Pengertian Produk.....	28
Gambar 2.2	Tingkatan Produk.....	30
Gambar 2.3	Keputusan-Keputusan Utama dalam Pemasangan Iklan.....	48
Gambar 2.4	<i>The Loyalty Pyramid</i> .....	61
Gambar 3.1	Proporsi Sampel Pelanggan Citra <i>Hand &amp; Body Lotion</i> di Kelurahan Cibeureum Kecamatan Cimahi Selatan.....	76
Gambar 3.2	Diagram Jalur Hipotesis .....	86
Gambar 4.1	Diagram Jalur Hipotesis .....	129



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	147
Lampiran 2	Data Ordinal Validitas dan Reliabilitas.....	151
Lampiran 3	Data MSI Validitas dan Reliabilitas.....	154
Lampiran 4	Output Validitas dan Reliabilitas.....	157
Lampiran 5	Identitas Responden.....	161
Lampiran 6	Data Ordinal Atribut Produk, Iklan TV, dan Loyalitas Pelanggan.....	163
Lampiran 7	Data MSI Atribut Produk, Iklan TV, dan Loyalitas Pelanggan ...	164
Lampiran 8	Output Atribut Produk, Iklan TV, dan Loyalitas Pelanggan .....	175
Lampiran 9	Frekuensi Atribut Produk, Iklan TV, dan Loyalitas Pelanggan ..	179
Lampiran 10	Tabel t.....	186
Lampiran 11	Tabel F.....	188

