

## ABSTRAK

Wine Rostini, **Pengaruh *Brand Personality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Vaseline Hand & Body Lotion (Survei Pada Mahasiswa Pengguna Vaseline Hand & Body Lotion di FPIPS UPI Angkatan 2003-2005)**, di bawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE, Ak, MBA dan Heny Hendrayati, S.IP, MM

Banyaknya variasi merek dan manfaat *hand & body lotion* yang ditawarkan menuntut pemasar untuk mengenal karakteristik dan keinginan konsumennya, sehingga mereknya dapat diperhitungkan oleh konsumen maupun pesaing. Puncak dari persaingan pelaku bisnis tersebut adalah pencapaian loyalitas pelanggan. Indeks loyalitas konsumen Indonesia tahun 2006 menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan Vaseline *Hand & Body Lotion* mengalami penurunan. Penurunan loyalitas pelanggan tersebut mengindikasikan besarnya peluang pelanggan untuk berpindah ke merek lain, untuk itu loyalitas bukan hanya perlu diraih namun juga harus senantiasa dipertahankan salah satunya melalui *brand personality*.

*Brand personality* merupakan suatu gabungan dari sifat manusia yang diterapkan pada suatu merek dengan tujuan untuk menciptakan keterikatan antara pelanggan dan merek karena adanya karakteristik pribadi yang serupa agar tercipta keterikatan antara pelanggan dengan merek yang digunakannya atau dengan kata lain agar tercipta loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, dilakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui tanggapan pelanggan terhadap *brand personality* Vaseline *Hand & Body Lotion*, gambaran loyalitas pelanggan Vaseline *Hand & Body Lotion*, serta pengaruh *brand personality* terhadap loyalitas pelanggan Vaseline *Hand & Body Lotion*.

Objek dalam penelitian adalah mahasiswa pengguna Vaseline *Hand & Body Lotion* di FPIPS UPI angkatan 2003-2005. Variabel bebas (X) yaitu *brand personality* yang terdiri dari lima dimensi yaitu *sincerity*, *excitement*, *competence*, *sophistication*, dan *ruggedness*. Variabel tidak terikat (Y) yaitu loyalitas pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah survey dengan teknik *simple random sampling*, maka diperoleh jumlah sampel sebesar 100 responden. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah teknik *path analysis* (analisis jalur).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand personality* memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 76,1%. Pengaruh terbesar *brand personality* terhadap loyalitas pelanggan diperoleh melalui *excitement* sebesar 27,93%, dan pengaruh terkecil diperoleh melalui *sincerity* sebesar 21,38%.

Adapun saran-saran untuk PT. Unilever Indonesia Tbk. dalam meningkatkan *brand personality* Vaseline *Hand & Body Lotion* adalah melalui daya tarik kemasan dan penggunaan *celebrity endorser*. Untuk meningkatkan loyalitas dapat dilakukan melalui program *membership* dalam bentuk situs web, dan program-program promosi seperti undian atau hadiah.

## ABSTRACT

Wine Rostini, *The Influence of Brand Personality Towards Customer Loyalty of Vaseline Hand & Body Lotion (Survey on Students of FPIPS UPI Batch 2003-2005 who use Vaseline Hand & Body Lotion)*, under the guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE, Ak, MBA and Heny Hendrayati, S.IP, MM.

*Brand variety and the use benefit offered by hand & body lotion drives the marketer to know and understand the customer characteristics and needs, and this will create a strong brand which will affect both consumer and competitor. In competition, it is important to achieve customer loyalty. Indonesian customer loyalty index 2006 shows that customer loyalty of Vaseline Hand & Body Lotion was decreasing. This indicates more opportunities for customer to switch to other brands. Therefore, company should not only achieve loyalty but also maintain it, one of the ways is through brand personality.*

*Brand personality is the specific mix of human traits that may be attributed to a particular brand to create the bond between customer and brand. Since there are similar personality between customer and brand, so it will lead to loyalty. Therefore, the objective of this research is to know customer perception toward brand personality and customer loyalty of Vaseline Hand & Body Lotion. Moreover, to know the influence of brand personality on customer loyalty of Vaseline Hand & Body Lotion*

*The object of this research are FPIPS UPI student batch 2003-2005 who use Vaseline Hand & Body Lotion. Independent variable (X) is brand personality which consist of five dimensions are sincerity, excitement, competence, sophistication, and ruggedness. Dependent variable (Y) in this research is customer loyalty. This research is a descriptive verification research, used simple random sampling technique. The sample takes 100 respondents. Data analysis technique used is path analysis.*

*The result of this research shows that brand personality influences of customer loyalty with coefficient analysis is 0,76. The biggest influence is from excitement dimension which is 27,93%, and the smallest influence is from sincerity dimension which is 21,38%.*

*In order to increase brand personality of Vaseline Hand & Body Lotion PT. Unilever Indonesia Tbk. should improve its packaging and use celebrity endorser. Furthermore, company should develop membership program through internet websites and increase promotional program of promotions, such as prize or gift.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Yang Maha Kuasa, atas Rahmat dan Anugerah-Nya yang agung sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Brand Personality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Vaseline *Hand & Body Lotion*”. Adapun maksud dan tujuan skripsi ini disusun adalah untuk memenuhi salah satu syarat bagi penulis dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia.

Dalam menyelesaikan penelitian ini terdapat beberapa pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih, diantaranya kepada :

1. Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH. M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Dr. H. Edi Suryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi.
4. Prof. Dr. H. Suryana, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA. selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan pengarahan, perhatian dan waktu ditengah kesibukannya kepada penulis.
6. Heny Hendrayati, S.IP. MM selaku pembimbing II atas segala ilmu, ketelitian, kesabaran, perhatian dan kemurahan hati bagi penulis dalam penelitian ini.

7. Lili Adi Wibowo, S.Sos, S.Pd., MM atas saran, kritik, dan pengalaman yang berharga. Sunanta Syarief, SE. selaku dosen pembimbing akademik. Tim Dosen Manajemen dan FPIPS yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu dan pengetahuan.
8. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Rohana dan Ibu Komala Sari, atas do'a, dukungan, tenaga, air mata, dan nasihat hidup yang sangat berharga. Senyum bangga Ibu dan Bapak adalah penghargaan terbesar bagi kerja kerasku selama ini. Semua prestasi yang telah ku raih dan harapan yang ingin ku capai, tiada lain adalah bakti sembahku pada Ibu dan Bapak.
9. Adik-adikku tercinta, Ferry, Erina, dan Anggita. Senyum lugu dan canda tawa kalian memberikan kekuatan di setiap langkahku. Semoga kerja kerasku dapat menjadi kebanggaan dan mampu memberi motivasi kalian untuk menjadi lebih baik.
10. Semangat hidup sekaligus sandaran hatiku, Ega Adhitya. Terima kasih untuk kesabaran, pengorbanan, perhatian dan dorongan yang selalu mengalir tulus untukku. Cinta yang membuat hidupku lebih berwarna. Cahaya yang membuat mimpiku lebih bersinar.
11. Sahabat terbaikku, Listya Nurina. Tempatku mencurahkan setiap sejarah dan perjalanan hidupku. Terima kasih untuk selalu menjadi malaikat kecil dalam hidupku.
12. Sahabat-sahabatku tercinta, teman yang ingin ku miliki seumur hidupku. Terima kasih Andy, untuk waktu yang menyenangkan, teman yang selalu sabar dan mengerti keluh kesahku. Terima kasih Yunia, untuk menjadi teman

segala aktifitasku, teman senasib sepenanggungan, tempatku berbagi cerita dan cerita. Terima kasih Irma dan keluarga, untuk selalu menerimaku dengan tangan terbuka, menjadi rumah kedua bagiku.

13. Keluarga besarku di Cibodas-Ciwidey, Cikidang-Lembang dan Moch. Toha-Bandung, terima kasih untuk selalu membuatku merasa berarti, selalu mendukung dan mendo'kanku.
14. Teman senasib seperjuanganku, Tini, Athya, Fernando, dan Eko. Dalam beratnya beban ini, ku bersyukur dapat menjalaninya bersama kalian.
15. Sahabat lamaku, Hendra, Erickson, Reza, Rinda, Neneng, Sofie, Arie, dan Fera. Tiada satu kenanganpun yang ingin kuhapus. Semoga waktu dapat mempererat tali silaturahmi diantara kita.
16. Teman-temanku, yang senantiasa berbagi ilmu dan pengalaman, Sodikhin, Irpan, Haryanto, Ade Rachman, Desyana, Sandi, Gilar, Nok Dede, Neng, Dini, Mia, Prie, Dewi, In, Hikam, Iip, Yuli, R. Yunia, Pian, Astri, Ayu dan seluruh mahasiswa Manajemen Angkatan 2002.
17. Cemerlang *Computer*, atas jasanya menghembuskan nafas kedua bagi perjuanganku.
18. Mahasiswa FPIPS UPI Angkatan 2003-2005 atas kerjasamanya dalam penelitian ini. Khususnya, Yupi (Pendidikan Akuntansi 2003), Akbi (Pendidikan Akuntansi 2004), Andra (Akuntansi Non-Dik 2003), Resty (Akuntansi Non-Dik 2004), Windu (Manajemen Non-Dik 2003), Uswatun Utami dan Niken (Manajemen Non-Dik 2004), Yuda (PPKN 2004), Anggra dan Lusi (Pendidikan Ekonomi Koperasi 2004), Dita (Manajemen Pemasaran

Pariwisata 2003), Gelar (Pendidikan Geografi 2003), Mira (Manajemen Katering 2003), Yunita (Pendidikan Administrasi Perkantoran 2004), dan Nita (Pendidikan Tata Niaga 2004).

19. Keluarga besar mesjid At-Taqwa, terima kasih atas do'a dan dukungannya. Semoga Allah senantiasa memberikan rahmatnya pada kita semua.

Penulis menyadari meskipun dalam penyusunan skripsi ini telah mencurahkan segenap kemampuan dan pengetahuan penulis, namun skripsi ini tidak luput dari kekurangan yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan serta waktu yang tersedia bagi penulis. Sehubungan dengan itu penulis terbuka dalam menerima kritikan maupun saran dan pikiran yang sifatnya membangun. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Bandung, Maret 2007

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	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
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>11</b>
2.1. Kajian Pustaka.....	11
2.1.1. <i>Marketing Mix</i> .....	11

2.1.2. Konseptualisasi Merek.....	16
2.1.3. <i>Brand Personality</i> .....	21
2.1.4. Loyalitas Pelanggan .....	29
2.1.5. Pengaruh <i>Brand Personality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	38
2.2. Kerangka Pemikiran.....	41
2.3. Hipotesis .....	51
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
3.1. Objek Penelitian .....	52
3.2. Metode Penelitian .....	52
3.3. Operasionalisasi Variabel.....	54
3.4. Sumber Data, Alat Pengumpulan Data, dan Teknik Penarikan Sampel.....	58
3.4.1. Sumber Data .....	59
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data .....	59
3.4.3. Teknik Penarikan Sampel.....	61
1. Populasi .....	61
2. Sampel.....	63
3. Teknik Sampling.....	65
3.5. Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	66
3.5.1. Rancangan Analisis Data.....	67
3.5.2. Uji Hipotesis .....	71



<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>80</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	80
4.1.1. Sejarah Unilever .....	80
4.1.2. Nilai dan Filosofi PT. Unilever Indonesia Tbk .....	84
4.1.3. Struktur Organisasi PT. Unilever Indonesia Tbk ..	85
4.1.4. Produk Unilever .....	87
4.2. Karakteristik Responden .....	89
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	89
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	90
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Per-bulan .....	92
4.3. Gambaran Pengalaman Responden .....	94
4.3.1. Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Vaseline <i>Hand &amp; Body lotion</i> Yang Digunakan ...	94
4.3.2. Pengalaman Responden Berdasarkan Ukuran Kemasan .....	96
4.3.3. Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Pemakaian .....	97
4.3.4. Pengalaman Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Pelanggan .....	99
4.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand         Personality (X)</i> .....	101

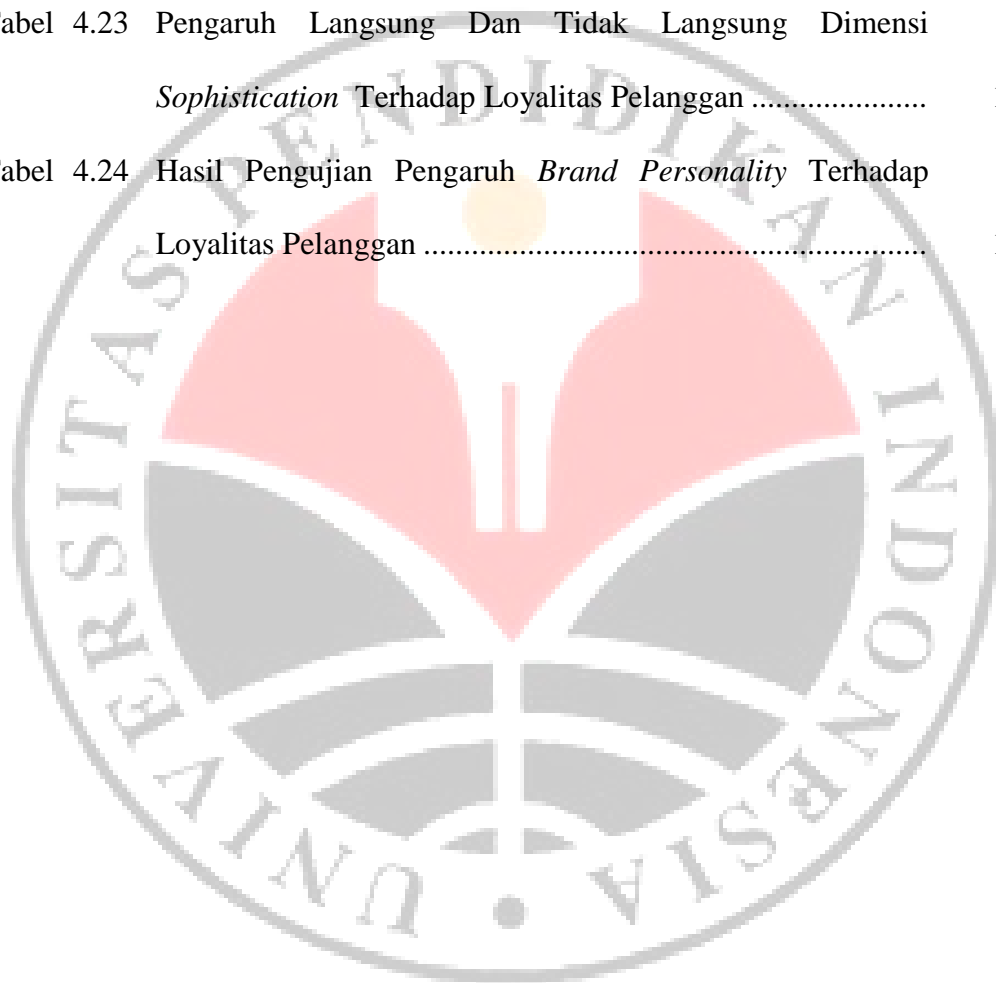
4.4.1. Tanggapan Responden Terhadap <i>Sincerity</i> .....	101
4.4.2. Tanggapan Responden Terhadap <i>Excitement</i> .....	104
4.4.3. Tanggapan Responden Terhadap <i>Competence</i> .....	107
4.4.4. Tanggapan Responden Terhadap <i>Sophistication</i> ..	110
4.4.5. Tanggapan Responden Terhadap <i>Ruggedness</i> .....	112
4.5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	116
4.6. Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian .....	122
4.6.1. Pengujian Hipotesis .....	124
4.6.2. Pengujian Sub Hipotesis dengan Uji t .....	126
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>138</b>
5.1. Kesimpulan .....	138
5.2. Saran .....	140
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>143</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Indeks Loyalitas Konsumen Indonesia Per Sektor Industri ...	2
Tabel 1.2 Pangsa Pasar Kategori <i>Hand &amp; Body Lotion</i> 2004 .....	4
Tabel 1.3 Indeks Loyalitas Konsumen Indonesia Kategori <i>Hand &amp; Body Lotion</i> .....	4
Tabel 2.1 Pengertian <i>Brand Personality</i> .....	22
Tabel 2.2 Perbedaan Merek Relatif .....	24
Tabel 2.3 <i>Brand Personality Drivers</i> .....	25
Tabel 2.4 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	29
Tabel 2.5 Keputusan Produk .....	42
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	54
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data .....	59
Tabel 3.3 Alternatif Jawaban Berdasarkan Skala Likert .....	60
Tabel 3.4 Jumlah Pelanggan Vaseline <i>Hand &amp; Body Lotion</i> di FPIPS UPI Angkatan 2003-2005 .....	62
Tabel 3.5 Penyebaran Sampel .....	65
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas .....	68
Tabel 3.7 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	71
Tabel 4.1 Kepengurusan PT. Unilever Indonesia Tbk .....	87
Tabel 4.2 Produk Unilever .....	88
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	89
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	90

Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Per-Bulan.....	92
Tabel 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Vaseline <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Yang Digunakan.....	94
Tabel 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Ukuran kemasan Vaseline <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Yang Digunakan.....	96
Tabel 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Pemakaian .	97
Tabel 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Pelanggan .....	99
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Sincerity</i> .....	102
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Excitement</i> .....	105
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Competence</i> .....	108
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap <i>Sophistication</i> .....	111
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap <i>Ruggedness</i> .....	113
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	116
Tabel 4.16	Tingkat Loyalitas Pelanggan Vaseline <i>Hand &amp; Body Lotion</i> .....	122
Tabel 4.17	Matriks Korelasi Antara Sub Variabel <i>Brand Personality</i> Dengan Loyalitas Pelanggan.....	125
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Koefisien Jalur <i>Brand Personality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	126
Tabel 4.19	Matriks Korelasi Antara Sub Variabel <i>Brand Personality</i> Dengan Loyalitas Pelanggan ( <i>Trimming</i> ).....	128

Tabel 4.20 Hasil Pengujian Koefisien Jalur ( <i>Trimming</i> ) .....	129
Tabel 4.21 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dimensi <i>Sincerity</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	132
Tabel 4.22 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dimensi <i>Excitement</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	133
Tabel 4.23 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dimensi <i>Sophistication</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	134
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Pengaruh <i>Brand Personality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	135



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 4P Dalam Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	13
Gambar 2.2 Kemajuan Konsep Merek .....	19
Gambar 2.3 <i>Brand Identity</i> .....	20
Gambar 2.4 <i>Five Brand Personality Traits</i> .....	27
Gambar 2.5 Empat Jenis Loyalitas .....	31
Gambar 2.6 Piramida Loyalitas .....	35
Gambar 2.7 <i>Brand Image &amp; Culture</i> .....	39
Gambar 2.8 Proses Loyalitas Pelanggan.....	41
Gambar 2.9 <i>Brand Identity</i> .....	43
Gambar 2.10 <i>Five Brand Personality Traits</i> .....	46
Gambar 2.11 Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Brand Personality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Vaseline <i>Hand &amp; Body</i> <i>Lotion</i> .....	50
Gambar 2.12 Paradigma Penelitian.....	51
Gambar 3.1 Struktur Kausal Antara X Dan Y .....	73
Gambar 3.2 Diagram Jalur Hipotesis I.....	74
Gambar 3.3 Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis.....	74
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Unilever Indonesia Tbk.....	86
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	90
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	91

Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Per-Bulan.....	93
Gambar 4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Vaseline <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Yang Digunakan.....	95
Gambar 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Ukuran Kemasan Vaseline <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Yang Digunakan.....	97
Gambar 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Pemakaian .....	99
Gambar 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Pelanggan .....	100
Gambar 4.9	Piramida Loyalitas Pelanggan Vaseline <i>Hand &amp; Body Lotion</i> .....	122
Gambar 4.10	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis .....	131

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Kartu Bimbingan Skripsi
LAMPIRAN 2	Hasil Pra Penelitian Instrumen Penelitian
LAMPIRAN 3	Data Ordinal dan Interval
LAMPIRAN 4	Validitas dan Reliabilitas Manual & SPSS Analisis Jalur
LAMPIRAN 5	Daftar Tabel
LAMPIRAN 6	Riwayat Hidup Penulis

