Perpustakaan Universitas Indonesia >> UI - Tesis (Membership)

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (studi kasus : minyak pelumas Pertamina Enduro 4T)

Dwi Purbo Hariyanto

Deskripsi Dokumen: http://lib.ui.ac.id/opac/ui/detail.jsp?id=80180&lokasi=lokal

---

Abstrak

Era perdagangan bebas semakin memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memilih produk-produk yang berkualitas, baik dari dalam negeri maupun luar negeri, di sisi lain keadaan tersebut memunculkan persaingan yang semakin ketat baik antar perusahaan domestik maupun dengan perusahaan asing. Fenomena persaingan yang ada dalam era globalisasi akan semakin mengarahkan sistem perekonomian di Indonesia ke arah mekanisme pasar yang memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan usahanya dan merebut pangsa pasar (market share). Demikian juga dalam hal produk oli/minyak pelumas, sejumlah minyak pelumas import yang telah teruji di tingkat dunia kini menyerbu ke pasaran Indonesia. Minyak pelumas mempunyai peran yang sangat penting dalam jalannya perekonomian suatu negara, khususnya di Indonesia, minyak pelumas tersebut digunakan pada semua mesin-mesin, baik itu untuk transportasi atau alat angkutan maupun mesin industri.

Dari uraian tersebut diatas, sebuah produk minyak pelumas mempunyai consumption value (nilai konsumsi) bagi konsumen yang menggunakannya, sebab konsumen dalam memilih suatu produk biasanya dipengaruhi oleh lima hal, yaitu nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional, nilai epistemik, dan nilai kondisional. Consumption value merupakan suatu kondisi dimana konsumen mempersepsikan kegunaan suatu produk, baik secara individual maupun kolektif yang digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memutuskan untuk memilih produk minyak pelumas. Penelitian ini mahsudkan untuk mengetahui consumption value sebuah produk pelumas dan program komunikasi pemasaran yang tengah di jalankan, program komunikasi pemasaran yang bagairriana, yang mempengaruhi kesadaran merek suatu prkeputusan konsumen untuk menggunakan minyak pelumas tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat deskriptif ekplanatif, data diolah dengan program SPSS 12.0 dan dianalisa dengan tabel distribusi frekwensi untuk analisis diskriptif, sedangkan untuk analisis inferensial, dilakukan uji validitas dan reliabilitas, yang selanjutnya menganalisa ada tidaknya hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain dengan menggunakan Pearson Correlation dan regresi linear sederhana dan regresi. linear ganda. Populasi penelitian adalah konsumen pengguna minyak pelumas Pertamina Enduro 4T di wilayah DKI Jakarta, dengan sampel penelitian yang berjumlah 137 responden dengan teknik porposive sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program komunikasi pemasaran minyak pelumas Enduro 4T sangat banyak membantu dalam membentuk loyalitas konsumen penggunanya, khususnya kegiatan sponsorship, exhibition dan komunikasi dari mulut ke mulut, serta hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya

hubungan consumption value yang signifikan terhadap loyalitas pengguna minyak pelumas Pertamina Enduro 4T yang kebanyakan dipakai oleh kalangan pelajar mahasiswa di kota Jakarta. Namun, dengan demikian hasil dari penelitian ini tidak dapat di generalisasi pada populasi yang lebih besar, karena data yang didapat hanya berlaku untuk penelitian ini saja, dan untuk kepentingan akadamik hasil penelitian ini merupakan penerapan dari ilmu manajemen komunikasi pemasaran, yang didapat selama perkuliahan sebagai landasan pemikiran untuk mengetahui dan mengamati suatu permasalahan tertentu dalam bidang komunikasi pemasaran.