

**FAKTOR-FAKTOR LOYALITAS PELANGGAN TOYOTA
PADA KELUARGA DI SURABAYA: STUDI EKSPLORATORI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2015

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR LOYALITAS PELANGGAN TOYOTA
PADA KELUARGA DI SURABAYA: STUDI EKSPLORATORI**

DIAJUKAN OLEH

SUCI KUSUMA NINGTYAS

NIM: 041112051

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

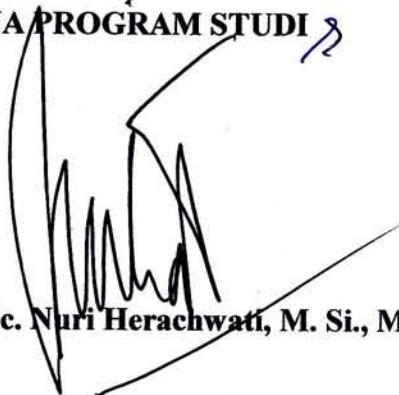
DOSEN PEMBIMBING



Badri Munir Sukoco, SE., MBA., Ph. D.

TANGGAL *23/2/2019*.....

KETUA PROGRAM STUDI



Dra. Ec. Nuri Herachwati, M. Si., M. Sc.

TANGGAL *23/2/2019*.....

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Suci Kusuma Ningtyas, 041112051), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 23 Februari 2015



Suci Kusuma Ningtyas
NIM: 041112051

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan Toyota di Surabaya: Studi Eksploratori*”. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Surabaya. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, yang disebabkan keterbatasan kemampuan penulis, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Mengingat selama proses penyusunan skripsi banyak sekali bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Muslich Anshori, SE., M. Sc., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
2. Dra. Ec. Nuri Herachwati, M.Si., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Surabaya.
3. Badri Munir Sukoco, SE., MBA, Ph. D., selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Dr. Tanti Handriana, SE., M. Si., Sri Gunawan, DBA, dan Sony Kusumasondjaja, SE., M. Com., Ph. D. selaku dosen penguji skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Surabaya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

6. Bapak Hasan selaku kepala cabang Toyota Auto2000 Cabang Kertajaya Surabaya, yang telah memberikan data penjualan Toyota Auto2000 cabang Kertajaya untuk dijadikan acuan dalam penelitian ini.
7. Papa, mama, mbak Lia dan dek Wahyu yang senantiasa memberikan dukungan sepenuh hati tanpa putus asa selama penulis menjalani pendidikan di perguruan tinggi, serta doa yang tiada henti yang kalian lakukan setiap saat.
8. Novianto Arief Soetomo, yang selalu setia menemani penulis dalam suka dan duka, serta Ibuk dan Bapak yang selalu memberikan perhatian, doa dan dukungan tiada henti.
9. Keluarga THF yakni Donna, Tommy, Avissa yang selalu memberikan doa dan support tiada henti.
10. Dian Ananta P. yang telah mengajak bergabung saya dalam kelompok bimbingan Pak Badri, teman diskusi yang baik, dan menjadi penyemangat dalam pengerjaan skripsi ini.
11. Fendy Hastomo Mu'arief, koordinator kelompok bimbingan Pak Badri yang selalu memantau progress skripsi dan memberikan pencerahan serta nasihat yang bijak.
12. Teman-teman yang berada dalam satu kelompok bimbingan, yakni Ima, Wulan, Astrid, Panda, Lazuardi, Badowi, Viyak yang selalu memberikan support satu sama lain.
13. Teman-teman jurusan Manajemen Angkatan 2011. Terimakasih atas pengalaman berharga yang telah diberikan kepada saya. Khususnya teman-teman seperjuangan, Nisun, Indah, Uum, Ella, Reva, Mulyani, Yanis, Nina dan masih banyak lagi, terimakasih atas semuanya.
14. Teman-teman Pusat Data dan Analisa Keuangan Indonesia (PDAKI) yang telah memberikan saya support tiada henti mbak Jeje, Hermawan, Aris, Karin, Luvi, Irwan,

Meidi, Vicky, mas Ofa, Dian, Yuan, Yuni, Ayu, Yudha, Nisa, Indro, Ayom, Ade, Helmy, Sudis, Faisal, Nismal, Fiska, Esti, Rachma.

15. Para informan yang telah bersedia saya wawancarai, terimakasih atas informasi dan waktu yang telah diberikan.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan karunia-Nya atas jasa-jasa dan bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu dengan kerendahan hati, penulis sangat berterimakasih apabila ada kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini. Besar harapan saya semoga penelitian ini dapat berguna utamanya bagi penulis dan pihak-pihak lain.

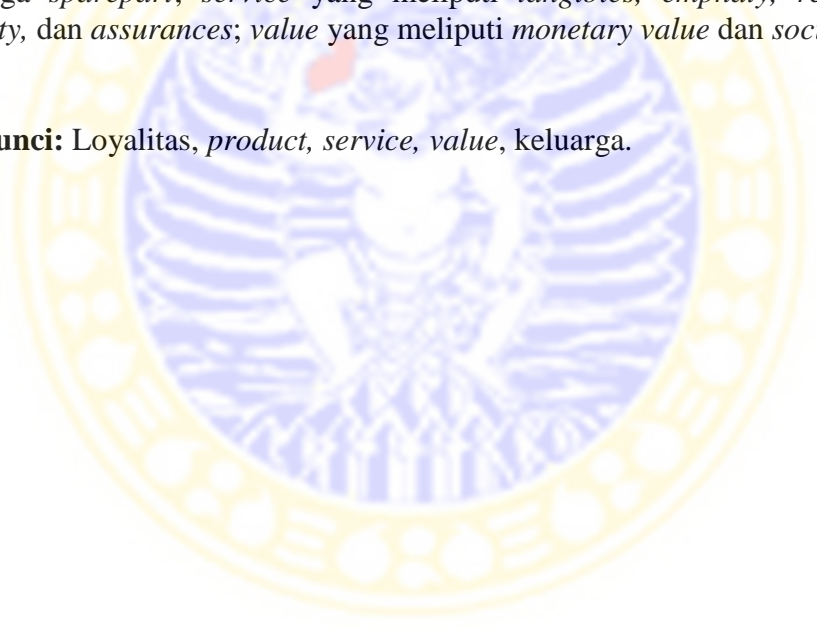
Surabaya, 5 Februari 2015

Penulis

ABSTRAK

Keberhasilan Toyota dalam memimpin pasar disebabkan tingginya pembelian berulang yang dilakukan oleh sekelompok pelanggan yang loyal terhadap Toyota. Akan tetapi, hingga saat ini belum ada penelitian yang meneliti mengapa pelanggan loyal terhadap Toyota. Penelitian ini ingin mengeksplorasi faktor-faktor apa sajakah yang menyebabkan loyalitas pelanggan Toyota di Surabaya. Subjek penelitian ini adalah 10 (sepuluh) keluarga di Surabaya yang seluruh anggota keluarganya saat ini hanya memakai Toyota. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam. Teknik analisis yang digunakan yakni *grounded theory* melalui *coding*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa faktor-faktor loyalitas pelanggan Toyota di Surabaya adalah *product* yang meliputi kualitas produk, variasi tipe mobil, kemudahan mencari *sparepart* Toyota dan harga *sparepart*; *service* yang meliputi *tangibles*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurances*; *value* yang meliputi *monetary value* dan *social value*.

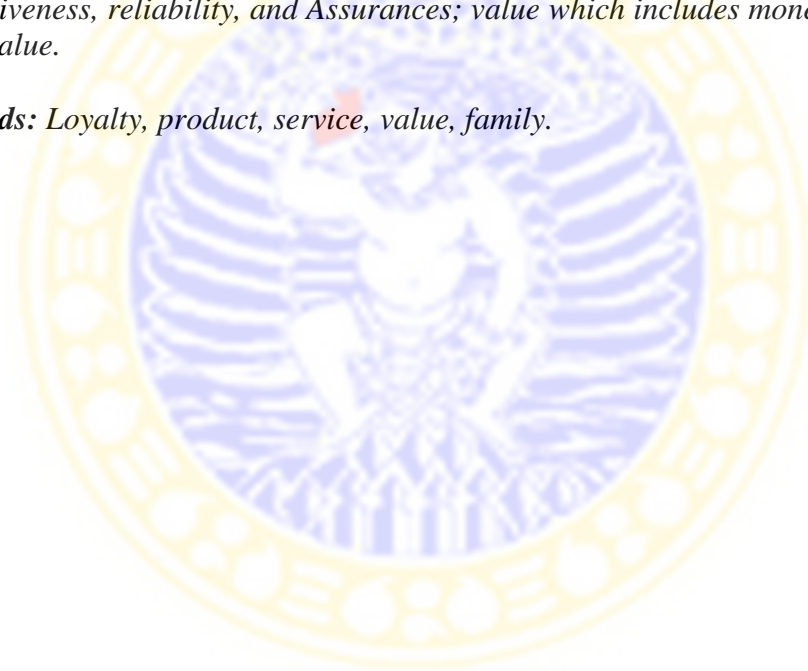
Kata Kunci: Loyalitas, *product*, *service*, *value*, keluarga.



ABSTRACT

Toyota's success in leading the market due to the high repeat purchases made by a group of customers who are loyal to Toyota. However, until now, no study has examined why customers are loyal to Toyota. This study wants to explore what are the factors that lead to customer loyalty Toyota in Surabaya. The subjects were 10 (ten) family in Surabaya that all members of his family at this time wearing only Toyota. The sampling technique are using convenience sampling. This study uses qualitative research methods to collect data through in-depth interviews. The analysis technique used the grounded theory through coding. The results of this study stated that the factors of customer loyalty Toyota in Surabaya is a product that includes the quality of products, various types of cars, Toyota spare parts and the ease of finding the price of spare parts; service which includes tangibles, empathy, responsiveness, reliability, and Assurances; value which includes monetary value and social value.

Keywords: *Loyalty, product, service, value, family.*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Loyalitas Merek.....	10
2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Merek	10
2.1.1.2 Komponen Loyalitas Merek	10
2.1.1.3 Ukuran Loyalitas Merek	11
2.1.1.4 Manfaat Loyalitas Merek Bagi Perusahaan ..	14
2.1.2 Bauran Pemasaran	15
2.1.3 Sikap Konsumen	18
2.1.4 Self Image	20

2.1.5	Perilaku Konsumen	21
2.1.6	Keputusan Pembelian Konsumen	27
2.2	Penelitian Sebelumnya	32
2.3	Kerangka Berpikir	33

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Pendekatan Penelitian	34
3.2	Metode Pengumpulan Data	37
3.3	Jenis dan Sumber Data	37
3.4	Prosedur Pengumpulan Data	38
3.4.1	Pra Penggalian Data	38
3.4.2	Pada Saat Penggalian Data	39
3.4.3	Pasca Penggalian Data	39
3.5	Subyek Penelitian	40
3.6	Teknik Analisis Data	40
3.6.1	Uji Validitas	43
3.6.2	Reliabilitas	43
3.7	Pertanyaan Penelitian	44

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Perusahaan	45
4.2	Hasil Penelitian dan Analisis	49

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	80
5.2	Saran	80
5.3	Keterbatasan Penelitian	82
	Daftar Pustaka	83
	Lampiran	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik penjualan mobil di Indonesia 1993-2013.....	1
Gambar 2.1 Model perilaku konsumen	22
Gambar 2.2 Fakor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	24
Gambar 2.3 Simple model of consumer decision makin	27
Gambar 4.1 Data structure	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Penjualan Mobil Toyota di Indonesia Tahun 2008 - 2013.....	3
Tabel 1.2 Penjualan Mobil Toyota Auto2000 Kertajaya Tahun 2006-2013	4
Tabel 4.1 Penjualan Mobil Di Indonesia Tahun 2009-2013	49
Tabel 4.2 Daftar Informan Penelitian	50

