

049514997

**PENGARUH KUALITAS PRODUK YANG DIRASAKAN  
KONSUMEN TERHADAP KEMUNGKINAN PEMBELIAN  
KEMBALI CELANA JEANS MERK LEVI'S  
TIPE 501 DI SURABAYA**

kk  
E 2.5/02  
Alf  
P

**SKRIPSI**

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



**DIAJUKAN OLEH**

**FAHRIAL HAMDY ALFIAN**  
**No. Pokok : 049514997**

**KEPADA**  
**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA**  
**SURABAYA**

**2002**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK YANG DIRASAKAN  
KONSUMEN TERHADAP KEMUNGKINAN PEMBELIAN  
KEMBALI CELANA JEANS MERK LEVI'S  
TIPE 501 DI SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH:**  
**FAHRIAL HAMDI ALFIAN**  
No. Pokok: 049514997

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**



**Drs. Ec. Y. IJLIK RUDIANTO, MBA**

**TANGGAL** 16.12.2002 .....

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE**


**TANGGAL** 20.12.2002 .....



SKRIPSI TELAH SELESAI DAN SIAP DIUJI

SURABAYA, ...30.....Juli.... 2002

DOSEN PEMBIMBING



(Drs. Ec. Y. LILIK RUDIANTO, MBA)

## Abstraksi

Penelitian ini meneliti pengaruh kualitas produk yang dirasakan konsumen terhadap kemungkinan pembelian kembali celana jeans merk Levi's tipe 501 di Surabaya. Konsumen yang diteliti adalah konsumen yang pernah membeli celana jeans merk Levi's tipe 501. Penelitian ini dilakukan mengingat pentingnya mempertahankan konsumen yang telah ada karena mencari konsumen baru memerlukan biaya yang lebih besar daripada mempertahankan konsumen yang sudah ada (Kotler, 1994 : 256) dan menjaganya agar tidak berpindah ke produsen lain sebagai akibat dari ketidakpuasan pada kualitas produk yang tidak sesuai dengan harapan atau standar ideal konsumen.

Variabel yang digunakan adalah variabel kualitas produk yaitu produk, harga, nama merk, dan tingkatan promosi (Zeithaml, 1988: 6). Konsumen diminta memberikan pendapat mereka tentang persepsi kualitas produk celana jeans merk Levi's tipe 501 dibandingkan dengan celana jeans yang ideal atau sempurna menurut sudut pandang konsumen. Jika persepsi konsumen tentang kualitas celana jeans Levi's tipe 501 semakin mendekati produk ideal atau sempurna, maka dapat dikatakan bahwa kualitas yang dirasakan akan semakin tinggi, dan sebaliknya jika persepsi konsumen tentang kualitas celana jeans Levi's tipe 501 semakin jauh dari produk ideal atau sempurna, maka kualitas yang dirasakan juga akan semakin rendah. Model analisa yang digunakan diadaptasi dari dari *Evaluated Performance (EP) framework formulation* yang dikemukakan oleh Teas (1993: 22). Teknik analisa yang digunakan adalah analisa regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa kualitas produk yang diteliti berpengaruh secara signifikan baik secara bersama-sama maupun secara parsial. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung yang lebih besar yaitu 89,393, dari nilai F tabel yang hanya sebesar 2,47. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang mempunyai pengaruh terbesar adalah variabel produk disusul variabel nama merk, kemudian variabel harga, dan terakhir variabel tingkatan promosi. Hasil penelitian juga menunjukkan kemungkinan yang cukup tinggi bagi konsumen untuk melakukan pembelian kembali celana jeans merk Levi's tipe 501 di masa yang akan datang.