

**HUBUNGAN ANTARA PENGARUH KELOMPOK  
REFERENSI DENGAN LOYALITAS MEREK**

**SKRIPSI**




Oleh :

**SISILIA ELNORA ILPETRA SRIYANTI TAE ATI**

**95.40.2079**



 <b>PERPUSTAKAAN</b>	No. INV.	750 / 00
	Th. Angg.	Cat :
	PARAP.	TGL. 19/12/00.

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2000**

**HUBUNGAN ANTARA PENGARUH KELOMPOK  
REFERENSI DENGAN LOYALITAS MEREK**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Katolik  
Soegijapranata Untuk Memenuhi Sebagian Dari  
Syarat-syarat Guna Memperoleh Derajat  
Sarjana Psikologi



Oleh :

SISILIA ELNORA ILPETRA SRIYANTI TAE ATI

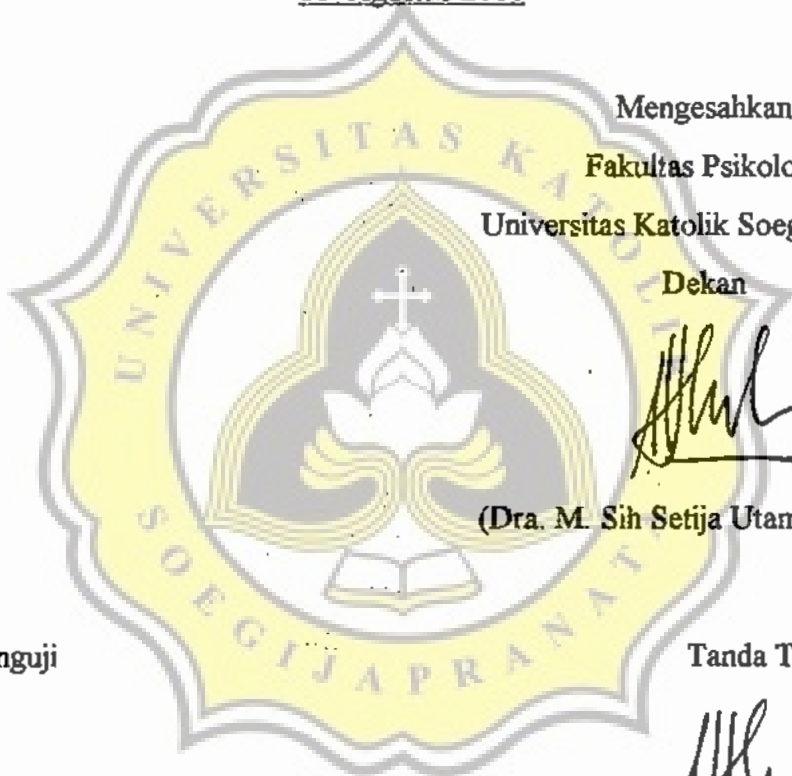
95.40.2079

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2000**

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Soegijapranata dan Diterima untuk Memenuhi  
Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh  
Derajat Sarjana Psikologi

Pada Tanggal :

16. Agustus 2000



Mengesahkan  
Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Soegijapranata

Dekan

(Dra. M. Sih Setija Utami, M.Kes.)

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Dra. M. Sih Setija Utami, M.Kes.

2. Drs. Asmadi Alsa, SU

3. Drs. Rasimin B.S., MA



*Karya sederhana ini kupersembahkan untuk bapak (Alm.), mama tercinta serta kakak-kakakku yang telah menghantar diriku untuk lebih mengerti akan makna kehidupan ini.*



Tuhan tidak menjanjikan hari-hari tanpa derita, kegembiraan tanpa duka atau matahari tanpa hujan. Tetapi Tuhan menjanjikan kekuatan sepanjang hari, penghiburan dalam kesedihan dan terang di sepanjang jalan. Dan bagi mereka yang percaya akan kerajaan Surga, Ia menjawabnya dengan kasih yang tak berkesudahan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha kasih, karena atas berkat dan bimbingan-Nya, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa tantangan dan hambatan yang dihadapi selama penyusunan skripsi ini dapat dihadapi berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak secara moril maupun materil.

Melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang tiada terhingga kepada :

1. Ibu Dra. M. Sih Setija U. , M. kes, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. Asmadi Alsa, SU, selaku dosen pembimbing utama yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan perhatian serta bimbingan, kritikan, maupun saran mulai dari awal pembuatan skripsi sampai skripsi ini selesai.
3. Bapak Drs. Sumbodo Prabowo, selaku dosen pembimbing pendamping yang dengan penuh kesabaran telah membimbing penulis.
4. Ibu Dra. Cristine Wibowo, Spsi, selaku dosen wali yang telah mendampingi dan memberikan bimbingan selama penulis berkuliah dan menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Pimpinan PT. Avon Indonesia cabang Semarang, yang telah memberikan ijin dan membantu penulis dalam mengadakan penelitian.

6. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata atas bimbingan dan pengajaran yang diberikan selama masa studi penulis.
7. Bapak (Alm.) dan mama tercinta, atas segala doa, perhatian, dorongan, serta segala nasehat yang selalu menyertai penulis.
8. Ka' Edi dan ka' Nona serta semua kakak-kakakku yang tersayang yang telah memberikan doa serta pengorbanan hingga terselesainya studi.
9. Untuk keponakan-keponakanku yang tersayang : Ratna, Ratno, Ima, Yanti, Astrid, Grace, dan Prety.
10. Untuk kak' Lory, Sri, Mater, Noni, Lydia, Intan, Ervi, terima kasih bantuannya.
11. Untuk tema-temanku : Kiki, Sari, Ayu dan Ina , terimakasih atas bantuannya.

Semarang, Juli, 2000

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL -----	i
HALAMAN PENGESAHAN -----	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN -----	iii
HALAMAN MOTTO -----	iv
UCAPAN TERIMA KASIH -----	v
DAFTAR ISI -----	vii
DAFTAR TABEL -----	x
DAFTAR LAMPIRAN -----	xi
BAB I PENDAHULUAN -----	1
A. Latar Belakang Masalah -----	1
B. Tujuan Penelitian -----	8
C. Manfaat Penelitian -----	8
BAB II LANDASAN TEORI -----	9
A. Loyalitas Merek -----	9
1. Pengertian Loyalitas Merek -----	9
2. Indikator Loyalitas -----	13
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas -----	14
B. Kelompok Referensi -----	16
1. Pengertian Kelompok Referensi -----	16
2. Jenis-jenis Kelompok Referensi -----	19



3.	Karakteristik Kelompok Referensi -----	23
4.	Pengaruh Kelompok Referensi -----	24
C.	Hubungan Antara Pengaruh Kelompok Referensi -----	26
	Dengan Loyalitas Merek	
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN -----</b>	<b>30</b>
A.	Identifikasi Variabel Penelitian -----	30
B.	Defenisi Operasional Variabel Penelitian -----	30
1.	Pengaruh Kelompok Referensi -----	30
2.	Loyalitas Merek -----	31
C.	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel -----	31
1.	Populasi -----	31
2.	Pengambilan Sampel -----	32
D.	Metode Pengumpulan Data -----	32
E.	Validitas dan Reliabilitas Angket -----	36
1.	Validitas Angket -----	36
2.	Reliabilitas Angket -----	37
F.	Metode Analisis Data -----	38
<b>BAB IV</b>	<b>PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN -----</b>	<b>39</b>
A.	Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian -----	39
1.	Orientasi Kacah Penelitian -----	39
2.	Persiapan Penelitian -----	40

B. Pelaksanaan Penelitian -----	47
C. Analisis Data dan Hasil Penelitian -----	47
D. Pembahasan -----	49
<b>BAB V PENUTUP -----</b>	<b>52</b>
A. Kesimpulan -----	52
B. Saran -----	52
<b>DAFTAR PUSTAKA -----</b>	<b>54</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN -----</b>	<b>57</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Empat Type Perilaku Konsumen -----	11
Tabel 2 : Rancangan Angket Loyalitas Merek-----	41
Tabel 3 : Rancangan Sebaran Item Angket ----- Loyalitas Merek	42
Tabel 4 : Rancangan Angket Pengaruh Kelompok Referensi -----	42
Tabel 5 : Rancangan Sebaran Item Angket Pengaruh ----- Kelompok Referensi	43
Tabel 6 : Distribusi Sebaran Item Valid dan Item Gugur ----- Angket Loyalitas Merek	44
Tabel 7 : Distribusi Sebaran Item Valid dan Item Gugur ----- Angket Pengaruh Kelompok Referensi	45
Tabel 8 : Distribusi Sebaran Nomor Item Baru Angket ----- Loyalitas Merek	46
Tabel 8 : Distribusi Sebaran Nomor Item Baru Angket ----- Pengaruh Kelompok Referensi	46

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A : Data Uji Coba -----	57
A-1 Angket Loyalitas Merek -----	57
A-2 Angket Pengaruh Kelompok Referensi -----	61
Lampiran B : Validitas dan Reliabilitas -----	65
B-1 Angket Loyalitas Merek -----	65
B-2 Angket Pengaruh Kelompok Referensi -----	66
Lampiran C : Data Penelitian -----	67
C-1 Angket Loyalitas Merek -----	67
C-2 Angket Pengaruh Kelompok Referensi -----	70
Lampiran D : Uji Asumsi -----	73
D-1 Uji Normalitas Angket Loyalitas Merek -----	74
D-2 Uji Normalitas Angket Pengaruh Kelompok Referensi -----	75
D-3 Uji Linearitas -----	76
Lampiran E : Hasil Analisis -----	78
Lampiran F : Angket Penelitian -----	81
F-1 Angket Loyalitas Merek -----	82
F-2 Angket Pengaruh Kelompok Referensi -----	84
Lampiran G : Surat Bukti Penelitian -----	86