

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas
Konsumen dan Manfaat dari Loyalty Program “Poin Kita
Sahabat” PT Semen Indonesia (Persero) Tbk**

(Studi Kasus: Toko Bangunan Area Surakarta)



Tugas Akhir

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna
Mencapai Gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada Program Studi
Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Disusun Oleh :

ANNISA KUMALASARI

F3217008

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2020**

ABSTRAK

ANNISA KUMALASARI
F3217008

Loyalitas konsumen merupakan komitmen konsumen terhadap suatu produk dan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian ulang secara konsisten dan dalam jangka waktu yang lama. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap produk semen gresik dan mengetahui manfaat dari program loyalitas 'poin kita sahabat' PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk melihat perilaku konsumen dalam situasi yang sebenarnya tanpa adanya rekayasa yang terkadang terjadi pada penelitian survei. Sumber data yang diperoleh pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara ke toko bangunan area Surakarta, studi pustaka dan dokumentasi.

Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas produk, kualitas produk semen gresik lebih bagus dari pada merek semen lain yang setara dengan merek semen gresik. Faktor yang kedua adalah harga, harga semen gresik memang agak lebih tinggi tetapi harga tersebut sebanding dengan kualitas yang diberikan dan mampu bersaing dengan produk lain. Faktor yang ketiga adalah pelayanan, pelayanan yang baik mampu menciptakan loyalitas konsumen. Faktor yang keempat adalah pembeli yang fanatik dengan produk semen gresik.

Manfaat adanya program poin kita sahabat adalah membuat konsumen lebih semangat dalam menjual produk semen gresik agar mencapai target yang ditetapkan perusahaan dan dapat ditukar dengan reward.

Kata kunci : *Loyalitas Konsumen, semen gresik, program loyalitas, analisis faktor loyalitas.*

ABSTRACT

ANNISA KUMALASARI
F3217008

Consumer loyalty is a consumer commitment to a product and consumer behavior in making repeat purchases consistently and over a long period of time. The writing of this final project aims to find out the factors that influence consumer loyalty to Gresik cement products and find out the benefit of our loyalty program 'poin kita sahabat' PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.

The research approach used in this study is qualitative research. Qualitative research aims to see consumer behavior in actual situations without engineering that sometimes occurs in survey research. Sources of data obtained in this study are primary and secondary data. Data collection techniques using interviews to the shop area building Surakarta, literature study and documentation.

The conclusion from this research is that the factors that influence consumer loyalty are product quality, the quality of Gresik cement products is better than other cement brands which are equivalent to the brand of Semen Gresik. The second factor is price, the price of Gresik cement is somewhat higher but the price is comparable to the quality provided and is able to compete with other products. The third factor is service, good service is able to create customer loyalty. The fourth factor is a fanatical buyer with Gresik cement products.

The benefit of the 'poin kita sahabat' program is to make consumers more enthusiastic in selling Gresik cement products in order to achieve the targets set by the company and can be exchanged for rewards.

Keywords: Consumer Loyalty, Semen Gresik, loyalty program, loyalty factor analysis.

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul:

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen dan
Manfaat dari Loyalty Program ‘Poin Kita Sahabat’ PT Semen
Indonesia (Persero) Tbk**

(Studi Kasus: Toko Bangunan Area Surakarta)



Surakarta, 8 Juli 2020

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Catur Sugiarto, S.E., M.S.M, Ph.D

NIP. 198305082014041001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul:

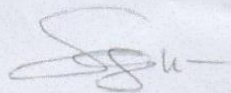
**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen dan
Manfaat dari Loyalty Program 'Poin Kita Sahabat' PT Semen
Indonesia (Persero) Tbk
(Studi Kasus: Toko Bangunan Area Surakarta)**

Telah Disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Sebelas Maret Surakarta

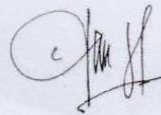
Surakarta, 13 Juli 2020

Tim Penguji Tugas Akhir
Penguji

Pembimbing



Pram Suryanadi, S.E., M.Si
NIP. 1974122420130201



Catur Sugiarto, S.E., M.SM, Ph
NIP. 198305082014041001

Mengetahui,

Direktur
Sekolah Vokasi



Drs. Santoso Tri Hananto, M.Acc., Ak.
NIP. 196909241994021001

Kepala Program Studi D3
Manajemen Pemasaran



Drs. Pratiwi Wicaksono, S.E., M.Sc.
NIP. 1987121120130201

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret:

Nama : Annisa Kumalasari
NIM : F3217008
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul Tugas Akhir : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen dan Manfaat dari Loyalty Program 'Poin Kita Sahabat' PT Semen Indonesia (Persero) Tbk (Studi Kasus: Toko Bangunan Area Surakarta)

Menyatakan dengan sebenar benarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya.

Surakarta, 13 Juli 2020

Mahasiswa



Annisa Kumalasari

NIM. F3217008

MOTTO

“Ubah pikiranmu dan kau dapat mengubah duniamu” – Norman Vincent

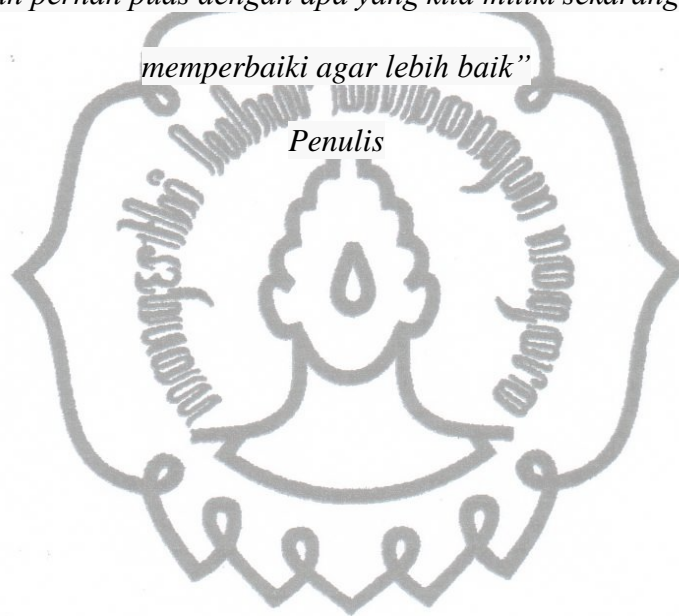
Peale

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain”

(HR. Thabarani dan Daruquthni)

*“Jangan pernah puas dengan apa yang kita miliki sekarang, terus
memperbaiki agar lebih baik”*

Penulis



HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan Tugas Akhir ini kepada:

Allah *Subhanahu wa ta'ala*, dan Rasulullah *Shallallahu'alaihi wasallam*.

1. Orang tua saya yang tercinta, Bapak Herman dan Ibu Surami.
2. Adik saya yang tersayang, Nadia Amalia Hidayatussyarifah dan Hanif Fajar Pamungkas.
3. Ibu Kaprodi, Desy Mayasari, S.E., M. Sc
4. Dosen Pembimbing Tugas Akhir saya Bapak Catur Sugiarto, S.E., M.S.M, Ph.D
5. Keluarga Besar saya dan teman-teman seperjuangan D3 Manajemen Pemasaran 2017.
6. Almamater Universitas Sebelas Maret.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Tugas Akhir dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen dan Manfaat dari Loyalty Program ‘Poin Kita Sahabat’ PT Semen Indonesia (Persero) Tbk (Studi Kasus: Toko Bangunan Area Surakarta)” dapat terselesaikan dengan baik. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat mencapai gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada Program Studi Diploma 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini, terutama kepada:

1. Bapak Drs. Santoso Tri Hananto, M.Acc., Ak. Selaku Direktur Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret.
2. Bapak Prof. Drs. Djoko Suhardjanto, M.Com.(Hons)., Ph.D., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
3. Ibu Desy Mayasari, S.E., M. Sc selaku Kepala Program Pendidikan D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
4. Bapak Catur Sugiarto, S.E., M.S.M, Ph.D selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan dan bantuan untuk menyelesaikan Tugas Akhir.

5. Bapak Drs. Mohammad Amien Gunadi, M.P selaku dosen pembimbing akademik.
6. Seluruh Dosen dan Staff Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
7. Ibu Riska Inayatul Aini selaku Kasie *section of promotion dan Customer Service II* yang membimbing selama proses Kuliah Magang Kerja.
8. Bapak, Ibu, kakak dan Adik-adikku tercinta yang selalu mendukung dan mendoakanku.
9. Wulan, Jeffry, Bayu dan rani Tim Magang dan sahabat seperjuangan yang sudah menyemangati dan membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Fira teman dari kecil yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
11. Bu Harning yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
12. Pak Slamet, bu Nimas, mbak Anik, pak Subiyanto, mbak zahra yang telah memberikan ilmu saat magang.
13. Teman-teman kelas Manajemen Pemasaran B 2017 yang selalu memberikan dukungan dan mendoakanku.
14. Semua pihak yang telah membantu pembuatan Tugas Akhir hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kebaikan di masa yang akan datang. Semoga Tugas Akhir ini dapat

memberikan wawasan kepada penulis dan bagi siapa saja yang membacanya.

Surakarta, 13 Juli 2020

Penulis



ANNISA KUMALASARI
F3217008

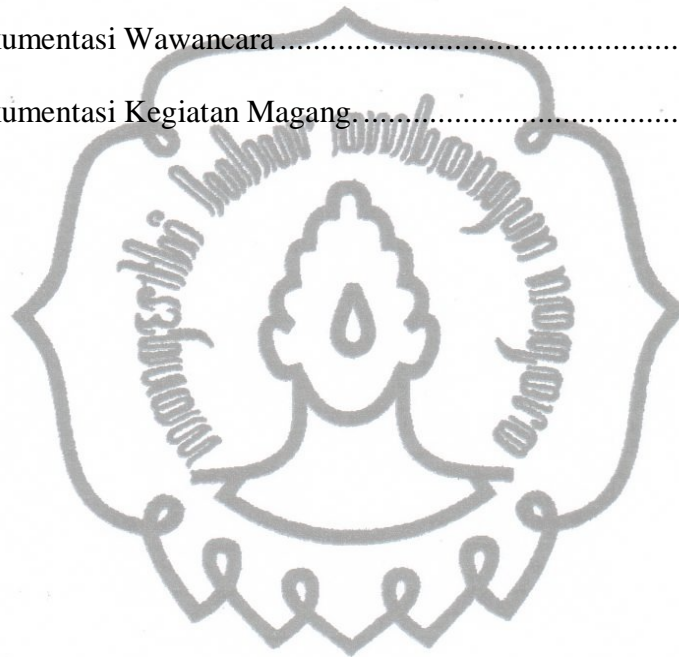
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	vii
HALAMAN MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Pengertian Loyalty Program	6

	2.2 Kelebihan dan Kekurangan Loyalty Program.....	7
	2.2.1 Kelebihan Loyalty Program.....	7
	2.2.2 Kekurangan Loyalty Program.....	8
	2.3 Pengertian Loyalitas Konsumen.....	8
	2.4 Jenis-jenis Loyalitas Konsumen.....	10
	2.5 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	11
	2.6 Pembentukan Loyalitas.....	12
	2.7 Indikator Loyalitas Konsumen.....	14
	2.8 Tingkatan Loyalitas Konsumen.....	15
	2.9 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	17
	2.10 Program ‘Poin Kita Sahabat’.....	18
	2.11 Landasan Pemikiran.....	20
BAB III	METODE PENELITIAN.....	22
	3.1 Pendekatan Penelitian.....	22
	3.2 Sumber Data	22
	3.2.1 Data Primer	22
	3.2.2 Data Sekunder	23
	3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	23
	3.3.1 Wawancara.....	23
	3.3.2 Studi Pustaka.....	24
	3.3.3 Dokumentasi.....	24
	3.4 Populasi dan Sampel.....	24
	3.4.1 Populasi.....	24

	3.4.2 Sampel.....	25
	3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	25
	3.6 Teknik Analisis Data.....	26
BAB IV	PEMBAHASAN	27
	4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	27
	4.1.1 Sejarah PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.	27
	4.1.2 Logo Perusahaan.....	29
	4.1.3 Visi dan Misi.....	30
	4.1.4 Budaya Perusahaan.....	31
	4.1.5 Struktur Organisasi.....	32
	4.2 Laporan Magang Kerja.....	33
	4.2.1 Deskripsi Magang Kerja.....	33
	4.2.2 Tujuan Magang Kerja.....	33
	4.2.3 Manfaat Magang Kerja.....	34
	4.2.4 Lokasi dan Pelaksanaan Magang Kerja.....	35
	4.2.5 Kegiatan Magang Kerja.....	35
	4.2.6 Uraian Magang Kerja.....	39
	4.3 Hasil Penelitian	40
	4.3.1 Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap Produk Semen Gresik.....	41
	4.3.2 Manfaat Program Poin Kita Sahabat.....	47
BAB IV	PENUTUP.....	50

A. Kesimpulan	50
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	54
1. Transkrip Wawancara	54
2. Daftar Pertanyaan.....	67
3. Dokumentasi Wawancara	69
4. Dokumentasi Kegiatan Magang.....	70



DAFTAR BAGAN

BAGAN

Halaman

Bagan 4.1 Struktur Organisasi

32



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
Gambar 2.1 Siklus Pembelian	13
Gambar 2.2 Tingkatan Loyalitas Konsumen	16
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 3.1 Logo Perusahaan	29



DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
Tabel 4.1 Kegiatan Magang Harian	35
Tabel 4.2 Profil Informan	40

