



UNIVERSITAS MERCU BUANA

STUDI PERILAKU, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN OBAT FLU

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Magister Manajemen**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Oleh

**Nama : EDI KUSNADI
NIM : 5510411 – 151**

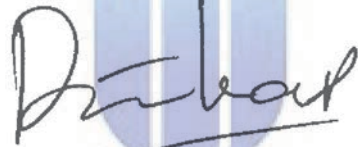
**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2006**

PENGESAHAN TESIS

Judul : **Studi Perilaku, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen Obat Flu**
Nama : **Edi Kusnadi**
N I M : **5510411-151**
Program : **Pascasarjana Program Magister Manajemen**
Tanggal : **04 Nopember 2006**

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. Ir. Mustika Sufiati Purwanegara, M.Sc.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Mustika Sufiati Purwanegara, M.Sc.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

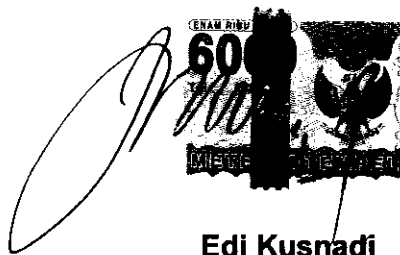
Judul : **Studi Perilaku, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen Obat Flu**
Nama : Edi Kusnadi
N I M : 5510411-151
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 01 Nopember 2006



Edi Kusnadi

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbill 'alamin, puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT. yang atas berkat dan rahmatNya akhirnya kami dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan lancar dan tepat waktu, sesuai dengan yang penulis rencanakan. Penulis amat berbahagia karena dapat menyelesaikan tesis ini pada hari – hari terakhir di bulan romadhon, sehingga penulis dapat merayakan Hari Raya Iedul Fitri 1427 H dengan penuh suka cita dan rasa syukur yang tiada terkira.

Tesis ini berjudul “ **Studi Perilaku, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Obat Flu** ”, diajukan oleh penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana Program Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana Jakarta. Alasan pemilihan judul ini, karena penyakit flu adalah penyakit yang sudah akrab dalam kehidupan sehari – hari kita, rasanya hampir semua orang pernah menderita penyakit flu, begitupun dengan obat flu, ada puluhan bahkan ratusan merek obat flu yang beredar di masyarakat (pasar obat). Yang menjadi fokus penelitian ini adalah obat – obat flu yang dijual secara bebas dipasaran atau golongan produk **OTC (Over The Counter)**, baik termasuk kedalam obat bebas ataupun bebas terbatas. Menarik untuk mencermati bagaimana para konsumen berperilaku dalam mengenali, melakukan seleksi dan menentukan pilihannya atas begitu banyak pilihan merek obat flu yang ada dipasaran dan bagaimana perilaku mereka setelah meminum obat flu merek pilihannya tersebut.

Dari hasil penelitian ini terungkap bahwa para konsumen dalam menentukan pilihan atas merek – merek obat flu menggunakan kriteria – kriteria tertentu. Mereka menjadikan kriteria yang berhubungan dengan khasiat obat dan efek sampingnya sebagai kriteria utama dalam pemilihan merek obat flu tersebut. Sedangkan mengenai perilaku pascapembelian, seperti kepuasan dan loyalitas, terungkap bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan dan loyalitas. Untuk urusan loyalitas terhadap merek obat flu, ternyata konsumen pria lebih loyal dibandingkan dengan konsumen wanita.

Dalam melaksanakan penelitian ini tentunya banyak hambatan dan kendala yang ditemui oleh penulis, tetapi atas bantuan beberapa pihak baik yang ada di lingkungan Kampus B Universitas Mercu Buana, Menteng Jakarta, lingkungan keluarga, maupun masyarakat dimana penelitian ini diadakan, maka kendala dan hambatan tersebut dapat dilewati dan diatasi dengan baik. Oleh karenanya pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu penyelesaian tesis ini. Secara khusus ucapan terima kasih ini penulis tuju kepada :

1. Bapak Dr. Ir. H. Suharyadi, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc., Ph.D. , selaku Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Ir. Mustika Sufiati Purwanegara M.Sc. , selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen dan Pembimbing Utama penulisan tesis ini, yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan dan pencerahannya, sehingga tesis ini dapat diselesaikan oleh penulis dengan lancar.

4. Bapak Prof. Dr. Noor Fuad , selaku Ketua Tim Penguji Tesis
5. Bapak Endi Rikarti,SE., ME. , selaku Anggota Tim Penguji Tesis
6. Para Dosen Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
7. Para Staf Sekretariat Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Kampus B, Menteng, Jakarta.
8. Staf Perpustakaan Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Kampus B, Menteng, Jakarta.
9. Bapakku (Almarhum) dan Ibuku (Almarhumah), yang telah berhasil membesarkan dan mendidik aku, semoga Allah SWT memberikan ganjaran pahala yang setimpal dan memasukkan mereka kedalam surga firdaus.
10. Istriku tercinta dan anak – anakku tersayang, yang telah memberikan semangat, dorongan, bantuan, dan doanya sehingga membuat kami tetap semangat menyelesaikan pendidikan di Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
11. Ibu Mertuaku, yang telah banyak memberikan doa restunya.
12. Kakakku, saudara – saudaraku, ponakan – ponakanku, yang telah banyak membantu khususnya ketika menyebarkan lembaran kuesioner.
13. Para responden, yang telah bersedia untuk mengisi lembaran kuesioner yang kami sebar.
14. Teman – temanku, baik yang berada di lingkungan kampus maupun di lingkungan PT. Dankos Farma serta berbagai pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Atas segala bantuan, dorongan semangat dan doanya, sekali lagi saya mengucapkan banyak terima kasih. Semoga segala perbuatan baik dari bapak ibu sekalian menjadi amal kebajikan dan dicatat sebagai pahala oleh Allah SWT.

Tiada kata yang layak kami sampaikan, atas segala anugerah dan nikmat ini, selain sujud syukur kami kepada Sang Pemilik kehidupan ini.

Tentunya penelitian dan penulisan tesis ini jauh dari sempurna, untuk itu penulis mohon maaf apabila disana – sini terdapat banyak kekurangan. Akhirnya penulis berharap semoga hasil karya ini dapat berguna khususnya bagi industri farmasi, para mahasiswa, maupun masyarakat pada umumnya.



Bekasi, Awal Nopember 2006

Bekasi, Awal Syawal 1427 H

Wassalamualaikum Wr.Wb.

UNIVERSITAS Penulis
MERCU BUANA

*Allah akan meninggikan derajat orang – orang yang beriman diantara kamu dan orang – orang yang berilmu.
Dan Allah Mahamengetahui apa yang kamu kerjakan.
(QS. Al-Mujadalah: 11)*

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
Halaman Judul	i
Abstract/Abstrak	ii
Pengesahan	iv
Pernyataan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah - Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.6 Sistematika Pembahasan	10
Bab II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Obat Flu	12
2.1.2 Perilaku Konsumen	14
2.1.3 Tahap – Tahap Proses Pembelian	14
1) Pengenalan Masalah	15
2) Pencarian Informasi	15
3) Evaluasi Alternatif	15

	<i>Halaman</i>
4) Keputusan Pembelian	16
5) Prilaku Paska Pembelian	16
2.1.4 Konsumen	17
2.1.5 Pelanggan	18
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	18
2.1.7 Loyalitas Pelanggan	20
1) Value	20
2) Brand	21
3) Relartionship Marketing	21
2.1.8 Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	21
1) <i>Switcher/price buyer</i>	24
2) <i>Habitual buyer</i>	25
3) <i>Satsfied buyer</i>	25
4) <i>Likes The Brand</i>	25
5) <i>Commited Buyer</i>	26
2.1.9 Produk	26
2.1.10 Merek	27
2.1.11 Persepsi Nilai	29
2.1.12 Persepsi Kualitas	32
2.1.13 Perbedaan Biologis dan Psikologis Laki – Laki dan Perempuan	34
1) Kromosom	34
2) Hormon Laki – Laki	35
3) Hormon Perempuan	35
4) Kegiatan Struktur Otak	36
5) Konektivitas Otak	36
6) Tanggapan Diluar Panca Indra	35
7) Akses Emosi	37
8) Perhatian dan Fokus	37
9) Pemikiran Kontekstual	38
10) Kecerdasan Matematika	38
11) Ketajaman Spasial	39
12) Kemampuan Mekanik	39
2.1.14 Perbedaan Sifat Antara Pria dan Wanita dalam Prilaku Pembelian	39
1) Pembeli Pria	39
2) Pembeli Wanita	40
2.2 Kerangka Pemikiran	41
2.3 Hipotesis	42

Bab III Objek dan metode Penelitian

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Rancangan Penelitian	43
3.1.2 Tingkat Eksplanasi Penelitian	43
3.1.3 Daerah Penelitian	43

3.2. Metode Penelitian

3.2.1 Teknik Pengambilan Data	44
3.2.2 Data dan Skala Penelitian	44
3.2.3 Variabel Penelitian	44
1) Faktor Internal Konsumen	45
2) Pengambilan Keputusan Pembelian	45
3) Kepuasan (Konsumen/Pelanggan)	45
4) Loyalitas dan Tingkatan Loyalitas	45
5) Faktor Eksternal Konsumen	46
3.2.4 Target Responden	47
1) Usia	47
2) Minum Obat Flu	47
3) Produk atau Merek Obat Flu	47
4) Inisiatif Minum Obat flu	47
3.2.5 Ukuran Sampel	48
3.2.6 Teknik Pengambilan Sampel	48
3.2.7 Metode Analisis Data	49

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Gambaran Objek Penelitian	50
4.2 Riset Pendahuluan	51
4.3 Hasil penelitian Perilaku Konsumen	54
4.3.1 Karakteristik Responden	54
4.3.2.1. Merek Obat Flu	57
4.3.2.2 Persepsi Kualitas Merek Obat Flu	58
4.3.2.3 Kriteria Pengambilan Keputusan	58
4.3.3 Kepuasan Konsumen/Pelanggan	62
4.3.4 Loyalitas dan Tingkatan Loyalitas	62
4.3.5 Faktor Eksternal Keputusan Pembelian	67

4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	
4.4.1	Uji Validitas	69
4.4.2	Uji Reliabilitas	70
4.5	Hubungan Kepuasan dan Loyalitas	71
4.6.	Perbedaan Loyalitas terhadap Merek Obat Flu Antara Konsumen Pria dan Wanita	73

Bab V Kesimpulan dan Saran – Saran

5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran – Saran	77

Daftar Pustaka

Lampiran – Lampiran

Riwayat Hidup



DAFTAR TABEL

			Halaman
Tabel	3.1	: Operasional Variabel	46
Tabel	3.2	: Populasi dan Sampel	49
Tabel	4.3	: Karakteristik Responden	55
Tabel	4.4	: Kriteria Pemilihan Atribut Merek Berdasarkan Tingkat Kepentingannya	59
Tabel	4.5	: Kriteria Pemilihan Atribut Merek Konsumen Pria	60
Tabel	4.6	: Kriteria Pemilihan Atribut Merek Konsumen Wanita	60
Tabel	4.7	: Urutan Kriteria Pemilihan Atribut Merek Berdasarkan Skor Total Tingkat Kepentingannya	61
Tabel	4.8	: Loyalitas Konsumen Terhadap Obat Flu	63
Tabel	4.9	: Perhitungan <i>Switcher/Price Buyer</i>	64
Tabel	4.10	: Perhitungan <i>Habitual Buyer</i>	64
Tabel	4.11	: Perhitungan <i>Satisfied Buyer</i>	65
Tabel	4.12	: Perhitungan <i>Like The Brand</i>	66
Tabel	4.13	: Perhitungan <i>Committed</i>	66
Tabel	4.14	: Sumber Pengenalan Obat Flu	68
Tabel	4.15	: Faktor Yang Berpengaruh	68
Tabel	4.16	: Uji Validitas Variabel Loyalitas	70

Tabel	4.17	: Uji Reliabilitas	71
Tabel	4.18	: Uji Korelasi Kepuasan dan Loyalitas	72
Tabel	4.19	: Uji Beda Loyalitas Konsumen Pria dan Wanita	73
Tabel	4.20	: Uji Hipotesis Perbedaan Loyalitas Konsumen Pria dan Wanita	74



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1	: Model Keputusan Pembelian Kotler	14
Gambar 2.1	: Piramida Tingkatan Loyalitas	24
Gambar 2.2	: Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.3	: Merek Obat Flu	52
Gambar 4.4	: Faktor Yang Dipertimbangkan	52
Gambar 4.5	: Sumebr Pengenalan Merek Obat Flu	53
Gambar 4.6	: Merek Obat Flu Yang Dipakai	57
Gambar 4.7	: Kualitas Merek Obat Flu	58
Gambar 4.8	: Kepuasan Konsumen	62
Gambar 4.9	: Piramida Tingkatan Loyalitas Merek Obat Flu	67

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran no. 1 : Daftar Obat Flu Yang Termasuk Golongan Obat Bebas dan Bebas Terbatas	82
Lampiran no. 2 : Riset Eksploratori	84
Lampiran no. 3 : Kuesioner Penelitian	85
Lampiran no. 4 : Data Kriteria Pemilihan Atribut Merek	91
Lampiran no. 5 : Data Kepuasan, Loyalitas dan Tingkatan Loyalitas	94
Lampiran no. 6 : Output SPSS	
- Uji Validitas Loyalitas	97
- Uji Reliabilitas Loyalitas	98
- Uji Reliabilitas Kriteria Atribut Merek	99
- Uji Reliabilitas Tingkatan Loyalitas	100
- Uji Hubungan Kepuasan dan Loyalitas	101
- Uji Beda Loyalitas Konsumen Pria dan Wanita	102
Lampiran no. 7 : Tabel z	103
Lampiran no. 8 : Tabel <i>r Product-Moment (two- tailed test)</i>	104