

ABSTRAK

ANALISIS PERSEPSI KUALITAS TERHADAP SIKAP ATAS MEREK

DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS KONSUMEN

(Studi kasus pada konsumen teh wangi cap Bandulan)

Oleh : Yessica Paramitha Aprilliani

Banyaknya merek-merek teh celup yang beredar dipasaran menunjukkan bahwa tingkat persaingan teh celup semakin ketat. Konsekuensi dari persaingan tersebut adalah timbulnya pergeseran volume penjualan dari produk teh merek tertentu dipasaran karena kalah bersaing dengan merek-merek teh lainnya. Kondisi tersebut salah satunya dialami oleh teh celup Merek Bandulan asal Kota Pekalongan yang dapat dilihat dari volume penjualan yang terus menurun mulai tahun 2010 yaitu menjadi 15206 bungkus teh celup dari penjualan tahun sebelumnya 15600 bungkus, kemudian penurunan kembali terjadi pada tahun 2011 menjadi 13317 bungkus, dan kembali sedikit meningkat pada tahun 2012 menjadi 14950 bungkus, namun demikian tetap saja peningkatan tersebut belum dapat memulihkan kondisi penjualan seperti tahun 2009. Dari latar belakang masalah tersebut tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas terhadap sikap atas merek, dan 2) Untuk menganalisis pengaruh sikap atas merek terhadap loyalitas konsumen Untuk kepentingan tersebut sampel yang digunakan oleh peneliti adalah 100 orang responden yang merupakan konsumen teh celup merek Bandulan yang berdominsili di wilayah Kota Pekalongan. Kemudian untuk menjawab tujuan penelitian ini maka data hasil pengisian kuesioner penelitian dianalisis dengan menggunakan alat analisis regresi linier sederhana dan linier berganda.

Hasil analisis data menunjukkan, 1) Persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap sikap atas merek, dibuktikan angka probabilitas signifikansi= $0,000 < 0,05$, 2) Sikap atas merek berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, dibuktikan angka probabilitas signifikansi= $0,002 < 0,05$.

Rekomendasi yang diberikan sesuai hasil penelitian ini adalah 1) Memperbaiki kebijakan dari pengemasan yang dilakukan secara manual dengan menggunakan tenaga mesin agar kemasan produk lebih rapi dan seragam, serta lebih mampu berfungsi optimal sebagai pelindung produk, selain memberikan kesan/image positif pada produk tersebut, 2) Menambah alat promosi publisitas (*publicity*) untuk membentuk opini masyarakat secara tepat sehingga konsumen menjadi lebih tahu, dan menyenangi produk teh celup bandulan.

Kata Kunci : Persepsi Kualitas, Sikap Atas Merek, Loyalitas Konsumen