

**SKRIPSI**

**PENGARUH *SHRINKFLATION* DAN DISONANSI KOGNITIF  
TERHADAP LOYALITAS MEREK (Studi Kasus Pada Produk  
*AXE Deodorant Bodyspray*)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada  
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

**NOKA SANDY FAUZI**

**1710412610041**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**BANJARMASIN**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *SHRINKFLATION* DAN DISONANSI KOGNITIF TERHADAP  
LOYALITAS MEREK (Studi Kasus Pada Produk AXE *Deodorant Bodyspray*)

A. Nama Mahasiswa: Noka Sandy Fauzi

NIM : 1710412610041

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Dr. Maryono, S.Sos, M.Si

NIP. 197606132006041001

[.....]

b. Penguji I

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

NIP. 1989120720171204001

[.....]

c. Penguji II

Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB

NIP. 197604132000121002

[.....]

Banjarmasin, 24 Juli 2024

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

[.....]

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB

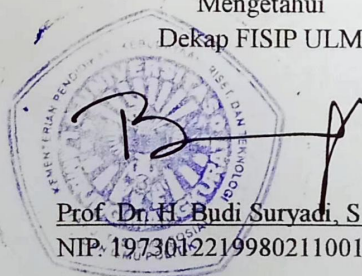
NIP. 197511052001122001

[.....]

Dr. Maryono, S.Sos, M.Si

NIP. 197606132006041001

Mengetahui  
Dekap FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos, M. Si

NIP. 1973012219980211001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : ~~78~~ /UN8.1.13/KP.10.00/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin menugaskan Saudara/i :

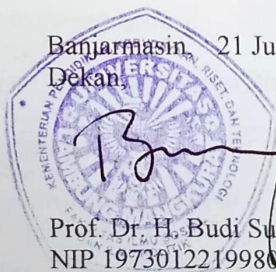
1. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
2. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
3. Dr. Setio utomo, S.Sos, M.AB

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Noka Sandy Fauzi  
NIM : 1710412610041  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Shrinkflation* Dan Disonansi Kognitif Terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus Pada Produk AXE *Deodorant Body spray*)  
Dilaksanakan pada:  
Hari dan Tanggal : Jum'at, 21 Juni 2024  
J a m : 13.30 Wita s.d Selesai  
T e m p a t : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 21 Juni 2024  
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP 197301221998021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
 RISET, DAN TEKNOLOGI  
 UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
 Telepon : (0511) 3304595 Laman : http://fisip.ulm.ac.id/

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

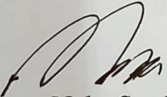
Pada hari ini Jum'at tanggal 21 bulan Juni tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 758/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 21 Juni 2024 untuk menguji skripsi :



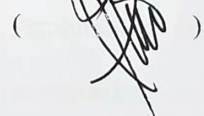
- Nama : Noka Sandy Fauzi
- NIM : 1710412610041
- Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
- Judul Skripsi : Pengaruh *Shrinkflation* Dan Disonansi Kognitif Terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus Pada Produk AXE *Deodorant Bodyspray*)
- Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
- Waktu Ujian : 13.30 Wita s.d Selesai
- Nilai : 80 (A)
- Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

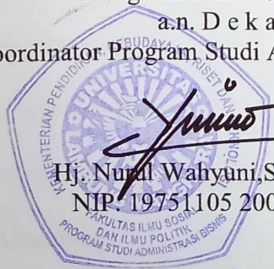
Dibuat di : BANJARMASIN  
 Pada Tanggal : 21 Juni 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,  
  
 Noka Sandy Fauzi

- 1. Ketua : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si  

- 2. Sekretaris : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM  

- 3. Anggota : Dr. Setio utomo, S.Sos, M.AB  


Mengetahui/membenarkan :  
 a.n. Dekan  
 Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
 NIP. 19751105 200112 2 001

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan Ridho-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan Judul “Pengaruh *Shrinkflation* dan Disonansi Kognitif Terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus Pada Produk AXE *Deodorant Bodyspray*)”, sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Prof. Dr. H. Budi Suriadi, S.Sos, M,AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Dr. Maryono, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran memberikan arahan dan masukan kepada penulis.
5. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku Dosen Penguji 1.
6. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB selaku Dosen penguji 2 dan Dosen Penasehat Akademik.

Adapun dalam menyelesaikan skripsi ini, masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan penulis. Namun penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pembaca.

Banjarmasin, 1 September 2023

Penulis



**Noka Sandy Fauzi**

NIM: 1710412610041

LET **FEAR** POWER YOU! (Biarkan Rasa Takut Menguatkanmu!)

Orang-orang hebat lahir dan muncul dengan keadaan tertindas seperti Fuhrer dengan Perjanjian Versailles, seperti Dipa Nusantara Aidit yang tidak suka dengan perlakuan tuan-tuan Belanda dan Inggris, seperti Witold Pilecki pahlawan Polandia, satu-satunya orang yang menyerahkan diri secara sukarela untuk dimasukkan ke kamp Auschwitz.

Kini, segala-galanya di dunia ini tampak buruk. Memang bukan di level buruknya Holocaust Nazi (bahkan belum ada apa-apanya), tapi tetap saja, sangat buruk.

Kisah-kisah seperti Fuhrer, D.N Aidit, Witold Pilecki menginspirasi kita. Memberi kita harapan. Keadaan saat itu rasanya sudah sangat buruk, tapi mereka berhasil menghadapinya. Keadaan buruk membuat kita menjadi sangat kuat (*Upgrade Level*) bahkan bisa menjadi ancaman bagi negara lain.

Rekomendasi Series dari Netflix: The Last Czars dan The Believers

Kata Tan Malaka sumber ketertinggalan dan keterbelakangan masyarakat Indonesia, itu disebabkan oleh Logika Mistika. Ha-Ha-Ha-Ha

Kaisar Meiji, salah satu peraturan yang dibuat Kaisar Meiji yaitu “Segala adat istiadat kolot yang menghambat kemajuan Jepang dihapuskan”. Selama Era Meiji, Kekaisaran Jepang melakukan industrialisasi dengan kecepatan luar biasa. Industri membentuk perusahaan besar yang memproduksi besi, baja, kapal, rel kereta api, dan barang industri berat lainnya.

Di masa pemerintahan Kaisar Meiji, Kekaisaran Jepang berubah dari negara agraris menjadi raksasa industri yang naik daun.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbeneran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 6 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



**Noka Sandy Fauzi**  
NIM: 1710412610041



## ABSTRAK

Noka Sandy Fauzi. 2024. 1710412610041, Pengaruh *Shrinkflation* dan Disonansi Kognitif Terhadap Loyalitas Merek studi kasus pada produk AXE *Deodorant Bodyspray* di Kota Banjarmasin Pembimbing: Maryono.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh *shrinkflation* dan disonansi kognitif terhadap loyalitas merek melalui konsumen yang menggunakan produk AXE *Deodorant Bodyspray* di Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penelitian eksplanasi. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik analisis data menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *shrinkflation* secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas merek dan disonansi kognitif secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Sedangkan, secara simultan *shrinkflation* dan disonansi kognitif berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek pada pengguna produk AXE *Deodorant Bodyspray* di Kota Banjarmasin.

**Kata kunci:** *Shrinkflation*, Disonansi Kognitif, Loyalitas Merek.

## ***ABSTRACT***

Noka Sandy Fauzi. 2024. 1710412610041, *The Effect of Shrinkflation and Cognitive Dissonance on Brand Loyalty, case study on the AXE Deodorant Bodyspray product in Banjarmasin City. Under the guidance of: Maryono.*

*This research aims to determine and test the effect of shrinkflation and cognitive dissonance on brand loyalty through consumers who use AXE Deodorant Bodyspray products in Banjarmasin City. This research uses a quantitative approach with explanatory research. This research sample consisted of 100 respondents using purposive sampling technique. The data collection technique uses a questionnaire with data analysis techniques using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).*

*The results of this research indicate that shrinkflation partially has an insignificant effect on brand loyalty and cognitive dissonance partially has a significant effect on brand loyalty. Meanwhile, simultaneously shrinkflation and cognitive dissonance have a significant effect on brand loyalty among AXE Deodorant Bodyspray product users in the city of Banjarmasin.*

***Keywords:*** *Shrinkflation, Cognitive Dissonance, Brand Loyalty.*

## **DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	19
1.3 Tujuan Penelitian .....	19
1.4 Manfaat Penelitian .....	19
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>21</b>
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 Pemasaran .....	21
2.1.1.1 Manajemen Pemasaran .....	22
2.1.1.2 Konsep Pemasaran .....	25
2.1.1.3 Bauran Pemasaran .....	26
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	28
2.1.2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	29
2.1.2.2 Aspek-Aspek Perilaku Konsumen .....	30
2.1.2.3 Manfaat Perilaku Konsumen .....	31
2.1.3 <i>Shrinkflation</i> .....	31
2.1.3.1 Pengertian <i>Shrinkflation</i> .....	31
2.1.3.2 Mengapa Konsumen Rentan Terhadap Praktik <i>Shrinkflation</i> .....	38

2.1.4 Demografi Yang Mempengaruhi Sensitivitas Konsumen .....	42
2.1.5 Ekspektasi Konsumen Terhadap Produk .....	43
2.1.6 Sikap Konsumen Terhadap Praktik Pemasaran .....	44
2.1.7 Disonansi Kognitif .....	45
2.1.7.1 Disonansi Kognitif Konsumen .....	47
2.1.7.2 Disonansi Kognitif Pasca Pembelian .....	49
2.1.8 Pembelian Kembali Produk .....	51
2.1.9 Perilaku Negatif Konsumen Terhadap Perusahaan Secara Langsung .....	52
2.1.10 Perilaku Negatif Konsumen Terhadap Perusahaan Secara Tidak Langsung .....	52
2.1.11 Loyalitas Merek .....	53
2.1.11.1 Ciri-Ciri Konsumen Loyal .....	54
2.1.11.2 Kategori Loyalitas .....	54
2.1.11.3 Fungsi Loyalitas Merek Bagi Perusahaan .....	55
2.1.11.4 Tahapan Loyalitas Merek.....	56
2.1.11.5 Tingkatan Loyalitas Merek .....	57
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	59
2.2.1 Pengaruh <i>Shrinkflation</i> Terhadap Loyalitas Merek .....	59
2.2.2 Pengaruh Disonansi Kognitif Terhadap Loyalitas Merek .....	61
2.2.3 Pengaruh <i>Shrinkflation</i> dan Disonansi Kognitif Terhadap Loyalitas Merek .....	62
2.3 Penelitian Terdahulu .....	64
2.4 Model Penelitian .....	67
2.5 Hipotesis Penelitian .....	67
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>69</b>

3.1 Pendekatan Penelitian .....	69
3.2 Tipe Penelitian .....	69
3.3 Lokasi Penelitian .....	69
3.4 Populasi dan Sampel .....	70
3.4.1 Populasi .....	70
3.4.2 Sampel .....	70
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	72
3.5.1 Variabel Bebas (Independen) .....	73
3.5.1.1 Variabel <i>Shrinkflation</i> (X1) .....	73
3.5.1.2 Variabel Disonansi Kognitif (X2) .....	75
3.5.2 Variabel Terikat (Dependen) .....	75
3.5.2.1 Variabel Loyalitas Merek (Y) .....	75
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	78
3.6.1 Data Primer .....	78
3.6.2 Data Sekunder .....	78
3.7 Teknik Penentuan Skor .....	79
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	80
3.8.1 Uji Validitas .....	80
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	81
3.9 Teknik Analisis Data .....	81
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	81
3.9.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	82
3.10 Uji Asumsi Klasik .....	83
3.11 Uji Normalitas .....	83
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>85</b>

4.1 Profil Responden .....	85
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	85
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	86
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	87
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan .....	88
4.2 Hasil Statistik Deskriptif .....	89
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Shrinkflation</i> (X1) .....	89
4.2.2 Deskriptif Variabel Disonansi Kognitif (X2) .....	92
4.2.3 Deskriptif Variabel Loyalitas Merek (Y) .....	97
4.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	101
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	101
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	104
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	105
4.4.1 Hasil Uji Normalitas .....	105
4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	108
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	108
4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	110
4.6 Hasil Uji Hipotesis .....	112
4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	112
4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	114
4.6.3 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	115
<b>BAB V PEMBAHASAN HASIL .....</b>	<b>117</b>
5.1 Pembahasan .....	117
5.1.1 Pengaruh <i>Shrinkflation</i> (X1) terhadap Loyalitas Merek (Y) .....	117
5.1.2 Pengaruh Disonansi Kognitif (X2) terhadap Loyalitas Merek (Y)	

.....	120
5.1.3 Pengaruh <i>Shrinkflation</i> (X1) dan Disonansi Kognitif (X2) terhadap Loyalitas Merek (Y) .....	121
5.2 Implikasi Hasil Penelitian .....	122
5.2.1 Pengaruh <i>Shrinkflation</i> Terhadap Loyalitas Merek .....	122
5.2.2 Pengaruh Disonansi Kognitif Terhadap Loyalitas Merek .....	123
5.2.3 Pengaruh <i>Shrinkflation</i> dan Disonansi Kognitif Terhadap Loyalitas Merek .....	124
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	124
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>126</b>
6.1 Kesimpulan .....	126
6.2 Saran .....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>129</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	76
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert .....	79
Tabel 3.3 Rentang Nilai dan Kategori .....	83
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	85
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	86
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	87
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan .....	88
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel <i>Shrinkflation</i> (X1) .....	89
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Disonansi Kognitif (X2) .....	93
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Loyalitas Merek (Y) .....	97
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas .....	102
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	104
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	108
Tabel 4.11 Hasil Uji Glejser .....	110
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	110
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	112
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial) .....	113
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	114
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi .....	115



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survey Pasar JAKPAT Penggunaan Deodoran Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Grafik Indeks Top Brand Kategori Deodoran Pria .....	3
Gambar 1.3 Kategori Produk yang Mengalami <i>Shrinkflation</i> .....	11
Gambar 1.4 Tingkat Kekhawatiran Responden Terhadap <i>Shrinkflation</i> .....	12
Gambar 1.5 Jumlah Responden yang Mengambil Tindakan Terhadap Praktik <i>Shrinkflation</i> .....	13
Gambar 1.6 Tampilan Desain Produk AXE <i>Deodorant BodySpray</i> .....	17
Gambar 1.7 Isi Produk AXE <i>Deodorant BodySpray</i> Baru dan Lama .....	18
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	67
Gambar 4.1 Hasil Histogram .....	105
Gambar 4.2 P-plot .....	106
Gambar 4.3 Uji Kolmogorov Smirnov .....	107
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatterplot .....	109

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian .....	132
Lampiran II Tabulasi Data Excel .....	136
Lampiran III Hasil Output SPSS Ver. 29 Statistik Deskriptif .....	138
Lampiran VI Hasil Output SPSS Ver. 29 Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi .....	146