

SKRIPSI

**“PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN SWITCHING COST
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN AIR MINUM DALAM
KEMASAN (AMDK) MEREK AQUA DI KOTA
BANJARMASIN”**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh:

RIZKA ARISYA

1810412620016



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2022**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

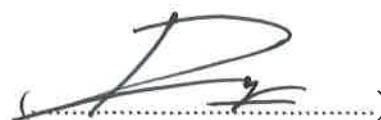
PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN SWITCHING COST TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK AQUA DI KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswi : Rizka Arisya
NIM : 1810412620016
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji.

a. Pembimbing

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP. 19891207201712104001

()

b. Penguji I

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

()

c. Penguji II

DR. Maryono, S.Sos, M.Si
NIP. 197606132006041001

()

Banjarmasin, 22 Desember 2022

Koordinator
Prodi Administrasi Bisnis

()

M. Hasanur Arifin, S.Sos., MM.
NIP. 197604142001121003


Ketua Pembimbing

()

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP. 19891207201712104001

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM



()
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 Rabu tanggal 23 bulan November tahun 2022, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1150/UN8.1.13/KP.10.00/2022 tanggal 08 November 2022 untuk menguji skripsi :

Nama : Rizka Arisya
NIM : 1810412620016
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Atribut Produk dan Switching Cost Terhadap Loyalitas Konsumen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian : Ruang Skripsi 3
Waktu Ujian : 14.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 81.7 / (A)
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus


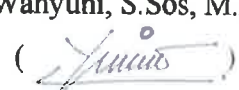

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 23 November 2022

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Rizka Arisya

1. Ketua : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
()
2. Sekretaris : Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
()
3. Anggota : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
()

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

M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP. 19760414 200112 1 003

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian dan penulisan skripsi dengan judul "*Pengaruh Atribut Produk dan Switching Cost Terhadap Loyalitas Konsumen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua di Kota Banjarmasin*" ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai syarat untuk mencapai derajat Sarjana (S1) pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Lambung Mangkurat.

Besar harapan penulis agar penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan hasil baik. Dengan keterbatasan penulis dalam melaksanakan penelitian, banyak sekali hambatan yang penulis temui di lapangan. Jika penelitian ini pada akhirnya dapat diselesaikan dengan baik tentu hal itu dikarenakan bantuan dan dukungan dari pihak-pihak terkait. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachrie, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lambung Mangkurat
3. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos MM selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
4. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku dosen pembimbing I yang dengan penuh kesabaran membimbing , konsultasi selama proses persiapan, pelaksanaan penelitian, dan penyusunan proposal skripsi ini.
5. Bapak Bapak Dr. Maryono, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji II yang telah banyak memberi saran dan masukan yang bermanfaat dalam penyusunan proposal skripsi ini.

6. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Dosen Penguji I yang telah banyak memberikan saran dan masukan yang bermanfaat dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat serta para Staf Prodi Administrasi Bisnis yang telah mendukung baik untuk kelancaran perkuliahan maupun kelancaran penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini.
8. Kepada Orang Tua dan Seluruh keluarga yang telah bersabar dan bekerja keras serta memberikan dukungan untuk kelancaran studi penulis.
9. Teman-teman saya yang telah membantu dan saling memotivasi dalam suka maupun duka untuk menyelesaikan studi.

Rasa terimakasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang turut membantu dan pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu. Semoga Allah SWT selalu memberkahi kita semua dengan kebaikan dan diberikan kelancaran dalam menyelesaikan segala urusan serta diberikan ilmu yang bermanfaat.

Banjarmasin, 23 November 2022

Rizka Arisya
NIM 1810412620016

PERSEMBAHAN

“EDUCATION IS THE MOST POWERFUL WEAPON WHICH YOU CAN USE TO CHANGE THE WORLD”-NELSON MANDELA

Kesuksesan seseorang tidak didapat dengan instan karena kesuksesan membutuhkan perjuangan, doa, kerja keras dan dukungan. Dukungan tidak hanya datang dari luar tetapi juga seperti dukungan keluarga, teman, sahabat atau pasangan. Meraih kesuksesan, terutama didukung oleh kemauan dan semangat dari diri sendiri.

Untuk diri saya, terima kasih karena sudah dan tetap berusaha hingga saat ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk diri sendiri, untuk kedua orang tua saya mama yang selalu mensupport dan mendoakan saya dan Alm bapa yang telah berada di sisi Allah SWT. Untuk abang yang merupakan kaka saya yang pertama yang selama ini menjadi pengganti bapa dan selalu membantu saya baik tenaga dan materil selama saya menempuh pendidikan didunia perkuliahan serta aa kaka saya yang kedua dan teman serta sahabat baik yang dimana hingga saat ini selalu memberi semangat dan motivasi, Semua dilakukan agar saya selalu berusaha dalam menggapai cita-cita yang saya inginkan.

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 manapun.
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 di publikasikan 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 ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku

Banjarmasin, 22 Desember 2022

Yang membuat pernyataan,

Rizka Arisya

NIM: 1810412620016

ABSTRAK

Rizka Arisya, 1810412620016, 2022, Pengaruh Atribut Produk dan Switching Cost Terhadap Loyalitas Konsumen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua di Kota Banjarmasin. Di bawah bimbingan Rizki Muslim Hidayat

Di Zaman sekarang perubahan perilaku masyarakat yang semakin mengarah ke berbagai hal praktis menjadi fenomena tersendiri bagi dunia bisnis, terutama industri makanan dan minuman. Hal tersebut telah menimbulkan banyak bisnis produk dalam kemasan yang praktis menjadi marak, salah satunya adalah produk kebutuhan pokok sehari-hari yang sangat penting bagi kehidupan makhluk hidup di dunia ini adalah air. Banyaknya penduduk Indonesia yang menyadari pentingnya mengkonsumsi air minum yang lebih sehat serta praktis menjadikan suatu peluang bisnis bagi perusahaan. Hal ini berlaku juga pada air minum dalam kemasan (AMDK). Bisnis Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) semakin menggiurkan. Perusahaan PT Aqua Golden Mississippi (Tirta Investama) yang menggarap bisnis AMDK dengan produk Aqua. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Atribut Produk dan Switching Cost Terhadap Loyalitas Konsumen Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebab menguji kausalitas antar variabel. Sampel dipilih sebanyak 100 Konsumen yang mengkonsumsi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua di kota Banjarmasin yang diambil dengan teknik sampel *Purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan di analisis dengan Regresi Linear Berganda Versi 26.

Hasil penelitian membuktikan secara parsial Atribut Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen dengan tingkat signifikan nilai sebesar $0,007 < \text{dari } 0,05 \text{ nilai } t \text{ hitung } 2,757 > t \text{ tabel } 1,984$. Besar pengaruh bernilai positif (0,233) atau 23,3%. Begitu juga Switching Cost berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < \text{dari } 0,05 \text{ dan nilai } t \text{ hitung } 6,430 > t \text{ tabel } 1,984$. Besar pengaruh bernilai positif (0,544) atau 54,4%.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima, hipotesis kedua (H2) diterima dan hipotesis ketiga (H3) diterima.

Kata– kata kunci: Atribut Produk, Switching Cost, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Rizka Arisya, 1810412620016, 2022, Effect of Product Attributes and Switching Costs on Consumer Loyalty of Aqua Brand Bottled Drinking Water (AMDK) in Banjarmasin City. Under the guidance of Rizki Muslim Hidayat and Maryono.

In today's era, changes in people's behavior that are increasingly leading to various practical things have become a separate phenomenon for the business world, especially the food and beverage industry. This has led to a lot of business in packaging products that are practically booming, one of which is a product of daily basic needs which is very important for the life of living things in this world is water. Many Indonesians are aware of the importance of consuming healthier and more practical drinking water, making it a business opportunity for companies. This also applies to bottled drinking water (AMDK). The Bottled Water Business (AMDK) is getting more and more lucrative. The company PT Aqua Golden Mississippi (Tirta Investama) is working on the AMDK business with Aqua products. This study aims to examine the Effect of Product Attributes and Switching Costs on Consumer Loyalty. This study uses a quantitative approach because it examines causality between variables. The sample was selected as many as 100 consumers who consume bottled drinking water (AMDK) brand Aqua in the city of Banjarmasin taken by using purposive sampling technique. Data were collected using a questionnaire and analyzed using Multiple Linear Regression Version 26

The results of the study partially prove that product attributes have a positive and significant effect on consumer loyalty with a significant level of value of $0.007 < \text{from } 0.05$ the value of t count $2.757 > t$ table 1.984 . The magnitude of the effect is positive (0.233) or 23.3%. Likewise, Switching Cost has a positive and significant effect on Consumer Loyalty with a significant level of $0.000 < \text{from } 0.05$ and the value of t count is $6.430 > t$ table is 1.984 . The magnitude of the influence is positive (0.544) or 54.4%.

From the results of this study it can be concluded that the first hypothesis (H1) is accepted, the second hypothesis (H2) is accepted and the third hypothesis (H3) is accepted.

Keywords: Product Attributes, Switching Cost, Consumer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang.....	3
1.2 Rumusan Masalah.....	26
1.3 Tujuan Penelitian.....	26
1.4 Manfaat Penelitian.....	27
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	29
2.1 Landasan Teori	29
2.1.1 Pemasaran	29
2.1.2 Konsep Pemasaran	31
2.1.3 Bauran Pemasaran	33
2.1.4 Manajemen Pemasaran.....	34
2.2 Perilaku Konsumen.....	35
2.2.1 Faktor Perilaku Konsumen	37
2.3 Loyalitas Konsumen	40
2.3.1 Pengertian Loyalitas	40
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas	42
2.3.3 Tahapan Loyalitas Konsumen	43
2.3.4 Karakteristik Loyalitas.....	44
2.3.5 Indikator Loyalitas.....	45
2.4 Atribut Produk.....	47
2.4.1 Pengertian Atribut Produk	47
2.4.2 Manfaat Atribut Produk.....	48
2.4.3 Tingkatan Atribut Produk	49
2.4.4 Indikator Atribut Produk.....	50
2.5 Switching Cost.....	51
2.5.1 Pengertian Switching Cost.....	51
2.5.2 Indikator Switching Cost	55
2.6 Penelitian Terdahulu	57
2.7 Hipotesis dan Model Penelitian.....	63

2.7.1 Hipotesis	63
2.7.2 Model Penelitian	67
BAB III METODE PENELITIAN	68
1.1 Pendekatan Penelitian	68
1.2 Desain Penelitian	68
1.3 Lokasi Penelitian	69
1.4 Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Sampling	69
1.4.1 Populasi.....	69
1.4.2 Besar Sampel	69
1.4.3 Teknik Sampling.....	70
1.5 Definisi Operasional Variabel.....	72
1.5.1 Variabel bebas (Independen)	72
1.5.2 Variabel Terikat Dependen.....	75
1.6 Teknik Pengumpulan Data.....	80
1.6.1 Data Primer	80
1.6.2 Data Sekunder.....	81
1.7 Teknik Analisis Data.....	81
1.7.1 Skala Pengukuran	81
1.7.2 Deskriptif Statistik	82
1.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	83
1.8.1 Uji Validitas.....	83
1.8.2 Uji Reliabilitas	84
1.9 Uji Asumsi.....	84
1.9.1 Uji Normalitas	84
1.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	85
1.9.3 Uji Autokorelasi.....	85
1.9.4 Uji multikolinieritas.....	86
1.9.5 Uji Heteroskedastisitas	87
1.10 Analisis Regresi Berganda.....	88
1.11 Pengujian Hipotesis.....	88
1.11.1 Uji Regresi Secara Parsial (Uji T)	89
1.11.2 Uji Regresi Secara Simultan (Uji F).....	90
1.11.3 Uji Koefisien Determinan (R ²).....	91
BAB IV HASIL PENELITIAN	92
1.1 Profil Responden	92
1.2 Deskriptif Variabel	95
1.2.1 Deskriptif Variabel Atribut Produk (X1).....	96
1.2.2 Deskriptif Variabel <i>Switching Cost</i> (X2).....	105
1.2.3 Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	110
1.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	119
1.3.1 Hasil Uji Validitas	119
1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	121
1.4 Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	122

1.4.1 Uji Normalitas Data	122
1.4.2 Uji Autokorelasi.....	124
1.4.3 Uji Multikolinieritas	125
1.4.4 Uji Heteroskedastisitas	126
1.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	127
1.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	128
1.6.1 Uji Parsial (Uji T)	128
1.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	129
1.6.3 Koefisien Determinasi	130
BAB V HASIL PEMBAHASAN	132
5.1 Pembahasan.....	132
5.2.1 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	134
5.2.2 Pengaruh <i>Switching Cost</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	134
5.2.3 Pengaruh Atribut Produk dan <i>Switching Cost</i> Terhadap Loyalitas Konsumen 134	
5.3 Implikasi Hasil Penelitian.....	135
5.3.1 Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	135
5.3.2 <i>Switching Cost</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	136
5.3.3 Pengaruh Atribut Produk dan <i>Switching Cost</i> Terhadap Loyalitas Konsumen 137	
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	137
BAB VI PENUTUP	139
6.1 Kesimpulan	139
6.2 Saran	139
DAFTAR PUSTAKA.....	140
LAMPIRAN.....	142
BIODATA	176

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan AMDK di Indonesia.....	12
Tabel 1.2 Perusahaan AMDK di Indonesia	13
Tabel 1.3 Top Brand AMDK di Indonesia.....	15
Tabel 1.4 Perbandingan produk AMDK.....	16
Tabel 1.5 Penghargaan Brand AQUA.....	18
Tabel 1.6 Kelebihan produk AQUA.....	22
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	57
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	77
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Jawaban Kuesioner (Skala Likert)	82
Tabel 3.3 Rentang Kategori Jawaban Responden.....	83
Tabel 3.4 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi.....	86
Tabel 3.5 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien.....	91
Tabel 4.1 Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	93
Tabel 4.2 Profil responden berdasarkan usia.....	93
Tabel 4.3 Profil responden berdasarkan pekerjaan.....	94
Tabel 4.4 Profil responden berdasarkan uang saku/pendapatan perbulan.....	95
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Atribut Produk (X1).....	96
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Switching Cost (X2).....	105
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	111
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	120
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas.....	121
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	124
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi.....	125
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	126
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	127
Tabel 4.14 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	129
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	130
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi.....	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase rumah tangga yang menggunakan sumber air minum utama berupa air minum kemasan.....	10
Gambar 1.2 Pangsa pasar AMDK.....	23
Gambar 4.1 Historgam Uji Normalitas Data.....	122
Gambar 4.2 Normal Probability Plot.....	123
Gambar 4.3 Hasil Scatterplot.....	126
Gambar 5.1 Hasil Model Penelitian.....	135

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	145
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	151
Lampiran 3 Hasil Output Tabel Frekuensi SPSS.....	159
Lampiran 4 Hasil Output Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Asumsi Klasik dan Regresi Linier Berganda	169
Lampiran 5 Sertifikat Plagiasi.....	177
Lampiran 6 Persetujuan Revisi dan Pengumpulan Data.....	178
Lampiran 7 Surat Persetujuan Ujian Skripsi.....	179
Lampiran 8 Surat Tugas.....	180
Lampiran 9 Daftar Penilaian Ujian Mempertahankan Skripsi.....	181
Lampiran 10 Daftar Nilai Rata-rata Ujian Mempertahankan Skripsi.....	184
Lampiran 10 Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	185