

ABSTRAK
**PENGARUH KINERJA PRODUK, KEISTIMEWAAN TAMBAHAN,
KEANDALAN, KESESUAIAN DENGAN SPESIFIKASI,
SERVICEABILITY,
DAYA TARIK PRODUK, KUALITAS YANG DIPERSEPSIKAN
SEBAGAI PEMBENTUK KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS MEREK
PASTA GIGI PEPSODENT**
**Studi kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
Angkatan 2002 – 2004**

**Yohana Candra Ambarsari
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2006**

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui seberapa besar kepuasan konsumen terhadap produk pasta gigi Pepsodent. 2) Untuk mengetahui seberapa besar loyalitas merek terhadap produk pasta gigi Pepsodent. 3) Untuk mengetahui apakah kinerja produk, keistimewaan tambahan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, *serviceability*, daya tarik produk dan kualitas yang dipersepsikan sebagai pembentuk kepuasan konsumen secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas merek produk pasta gigi Pepsodent. 4) Untuk mengetahui apakah kinerja produk, keistimewaan tambahan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, *serviceability*, daya tarik produk dan kualitas yang dipersepsikan sebagai pembentuk kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas merek produk pasta gigi Pepsodent. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 150 responden pada Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Angkatan 2002-2004 yang masih menggunakan Pepsodent dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*.

Hasil uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} = t_{tabel}$, disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti kinerja produk, keistimewaan tambahan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, *serviceability*, daya tarik produk dan kualitas yang dipersepsikan, secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas merek pasta gigi Pepsodent. Hasil penelitian dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} = F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti kinerja produk, keistimewaan tambahan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, *serviceability*, daya tarik produk, kualitas yang dipersepsikan secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas merek pasta gigi Pepsodent.

ABSTRACT

THE EFFECTS OF PRODUCT PERFORMANCE, FEATURES, RELIABILITY, CONFORMANCE OF SPECIFICATION, SERVICE-ABILITY, PRODUCT ATTRACTIVENESS, AND PERCEIVED QUALITY AS THE MAKER OF THE CUSTOMERS' SATISFACTION, TO THE BRAND LOYALTY OF PEPSODENT TOOTHPASTE

A Case Study to the 2002-2004 Classes Students of Faculty of Economy of Sanata Dharma University, Yogyakarta

**Yohana Candra Ambarsari
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2006**

The purpose of this research were : 1). To know to what extent is the cutomers satisfaction to the Pepsodent toothpaste products ; 2). To know to what extent is the brand loyalty to the Pepsodent toothpaste product ; 3) To know whether product performance, extra features, reliability, satisfaction compatibility, product attractiveness and quality perceived in partially influence on the brand loyalty of the Pepsodent toothpaste product and ; 4) To know whether product performance, extra features, reliability, specification compatibility, serviceability, product attractiveness and quality perceived in simultaneous influence the brand loyalty of customer to work Pepsodent toothpaste. Data collection was done the research distributing questionnaires to 150 respondents the classes students of Faculty of Economy in Sanata Dharma University who used Pepsodent toothpaste product and were using *Incidental Sampling* technique.

The results of using t test showed $t_{count} = t_{table}$ H_0 is rejected and H_a is supported. It means the product performance, extra features, reliability, specification compatibility, serviceability, product attractiveness and perceived quality partially, affect the brand loyalty Pepsodent toothpaste possitively. The results of using F test showed $F_{count} = F_{table}$ H_0 is rejected and H_a is supported. It means the product performance, extra features, reliability, specification compatibility, serviceability, product attractiveness and perceived quality simultaneously, affect the brand loyalty Pepsodent tooyhpaste positively.