

ABSTRAK

PT. Soka Cipta Niaga merupakan salah satu produsen kaos kaki di Indonesia dengan merek dagang Soka, Dimana perusahaan ini bergerak pada bidang produksi, distribusi, dan perdagangan kaos kaki, sarung tangan, inner. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat permasalahan yaitu kurangnya kecenderungan minat konsumen dalam pembelian ulang produk yang di produksi Soka dan kurangnya kecenderungan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Hal ini di sebab kan oleh iklan di PT. Soka Cipta Niaga kurang mampu menarik perhatian konsumen sehingga tidak menimbulkan keinginan pembelian pada konsumen dan tidak juga menghasilkan suatu tindakan pada konsumen baik berupa pembelian ataupun perekomendasian produk pada orang lain.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan iklan dan kondisi loyalitas konsumen di PT. Soka Cipta Niaga dan seberapa besar pengaruh iklan terhadap penjualan kaos kaki di PT. Soka Cipta Niaga. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yaitu observasi, wawancara, dan angket. Sampel yang diambil 100 konsumen PT. Soka Cipta Niaga dengan teknik sampling. Peneliti mengambil sampel dengan menggunakan rumus fungsi waktu. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji realibilitas, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, analisis deskriptif dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan terdapat kontribusi Iklan mempengaruhi terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 46.6% dan sisanya sebesar 53.4% di pengaruhi faktor-faktor lain yang belum diidentifikasi. Hambatan dalam yang dihadapi PT. Soka Cipta Niaga antara lain keterbatasan sumber daya manusia, banyaknya pesaing yang menjual produk sama, Masih banyaknya konsumen yang tidak melakukan pencarian informasi. Usaha-usaha yang dilakukan antara lain perusahaan berusaha untuk memberikan tambahan pengetahuan melalui training, perusahaan berusaha untuk besaing harga dengan para pesaing tanpa merubah kualitas produk dan melakukan riset market.

Kata Kunci: Iklan, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

PT. Soka Cipta Niaga is one of the sock manufacturers in Indonesia with the trademark Soka, where this company is engaged in the production, distribution, and trade of socks, gloves, inner. Based on the results of the study, it is known that there are problems, namely the lack of tendency of consumer interest in repurchasing products produced by Soka and the lack of consumer tendency to recommend products to others. This is caused by advertisements in PT. Soka Cipta Niaga is not able to attract the attention of consumers so that it does not cause purchase desires to consumers and does not also produce an action on consumers either in the form of purchases or product recommendations to others.

The purpose of this study is to find out how the implementation of advertising and the condition of consumer loyalty in PT. Soka Cipta Niaga and how much influence advertising has on the sale of socks at PT. Soka Cipta Niaga. Soka Cipta Niaga. The research method used is quantitative with descriptive research. The data collection techniques used are primary and secondary data, namely observation, interviews, and questionnaires. Samples taken by 100 pt. Soka Cipta Niaga with sampling technique. The researcher took the sample by using the formula of the time function. The analytical techniques used are validity test, reliability test, simple linear regression analysis, correlation coefesient analysis, determination coefesience analysis, descriptive analysis and hypothesis test.

Based on the results of research that has been carried out by researchers, there is an influencing advertising contribution to Consumer Loyalty by 46.6% and the remaining 53.4% is influenced by other factors that have not been identified. The inner obstacles faced by PT. Soka Cipta Niaga includes limited human resources, many competitors who sell the same product, There are still many consumers who do not search for information. The efforts made include the company trying to provide additional knowledge through training, the company strives to compete with competitors without changing product quality and conducting market research.

Keywords: Advertising, Consumer Loyalty

ABSTRAK

PT. Soka Cipta Niaga mangrupa salah sahiji pabrik kaos kaki di Indonésia kalawan merek dagang Soka, dimana pausahaan ieu kalibet dina produksi, distribusi, jeung dagang kaos kaki, sarung, inner. Dumasar kana hasil panalungtikan, dipikanyaho aya masalah, nya éta kurangna minat konsumen pikeun meuli deui produk anu dihasilkeun ku Soka sarta kurangna kacenderungan konsumen pikeun nyarankeun produk ka batur. Ieu alatan iklan di PT. Soka Cipta Niaga kurang bisa narik perhatian konsumen sangkan henteu nimbulkeun kahayang beuli di konsumen oge henteu ngahasilkeun tindakan ka konsumen boh dina bentuk meuli atawa nyarankeun produk ka batur.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho kumaha palaksanaan iklan jeung kaayaan kasatiaan konsumen di PT. Soka Cipta Niaga sareng sabaraha pangaruh iklan kana penjualan kaos kaki di PT. Soka Cipta Niaga. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta kuantitatif kalayan panalungtikan déskriptif. Téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun nyaéta data primer jeung sekunder, nya éta obsérvasi, wawancara, jeung angkét. Sampel dicandak ku 100 konsumen PT. Soka Cipta Niaga kalawan téhnik sampling. Panalungtik nyokot sampel ku ngagunakeun rumus fungsi waktu. Téhnik analisis anu digunakeun nyaéta uji validitas, uji réliabilitas, analisis régrési liniér basajan, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, analisis deskriptif jeung uji hipotésis.

Dumasar kana hasil panalungtikan anu geus dilakukeun ku panalungtik, aya kontribusi iklan anu mangaruhan kasatiaan konsumen ku 46,6% jeung 53,4% sésana dipangaruhan ku faktor séjén anu can tangtu. Halangan internal anu disanghareupan ku PT. Soka Cipta Niaga diantaranya SDM terbatas, loba pesaing anu ngajual produk anu sarua, Masih loba konsumen anu henteu maluruh informasi. Usaha anu dilakukeun kalebet perusahaan nyobian masihan pangaweruh tambahan ngaliwatan pelatihan, perusahaan nyobian bersaing dina harga sareng pesaing tanpa ngarobih kualitas produk sareng ngalaksanakeun riset pasar.

Kata Kunci: Iklan, Kasatiaan Konsumén