



**Hubungan Kompetensi Komunikasi Herbalife Independent
Distributor dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen
Nutrisi Kesehatan Herbalife**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Mayangsari

NIM : 14030113130071

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2017

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mayangsari
NIM : 14030113130071
Fakultas : Ilmu Soisal dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

Hubungan Kompetensi Komunikasi Herbalife Independent Distributor dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Nutrisi Kesehatan Herbalife

Adalah benar – benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gerlar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Desember 2017
Pembuat Pernyataan,

Mayangsari
NIM : 14030113130071

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Hubungan Kompetensi Komunikasi Herbalife Independent Distributor dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Nutrisi Kesehatan Herbalife**

Nama Penyusun : Mayangsari

NIM : 14030113130071


Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Semarang, Desember 2017

Dekan

Pembantu Dekan I Bidang Akademis

Dr. Sunarto
NIP.19660727.199203.1.001


Dr. Hedi Pudjo Santosa
NIP.19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing :

1. Dr. Hedi Pudjo Santosa

(..........)

Dosen Penguji :

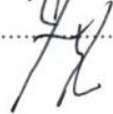
1. Dra. Sri Widowati Herieningsih, M.S.

(..........)

2. Djoko Setyabudi, S.Sos., MM

(..........)

3. Dr. Hedi Pudjo Santosa

(..........)

HALAMAN MOTTO

*Kegagalan hidup seseorang dikarenakan 2 hal saja:
tidak taat kepada Allah, dan
tidak taat kepada kedua orang tuanya
-anonim-*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi, penulis mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, atas diberikannya rahmat, umur panjang dan kesehatan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Dr Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro dan dosen wali yang memberikan fasilitas di kampus sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Hapsari Dwiningtyas, S.Sos., MA selaku ketua jurusan S1 Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP.
4. Dr. Hedi Pudjo Santosa selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih mas Hedi untuk bimbingan, masukan, saran, motivasi, dan dukungan selama masa penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Sri Widowati Harieningsih, M.S. dan Djoko Setyabudi, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji. Terimakasih Bu Heri dan Mas Jojo untuk saran dan nasihatnya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
6. Terimakasih untuk mama dan papa selaku orang tua yang sudah memberikan kesempatan Mayang untuk kuliah sehingga bisa menjadi sarjana. Ini hadiah untuk mama dan papa karna sudah mau menjadi orang tua Mayang dan sudah merawat dan menjaga Mayang sampai detik ini.
7. Terimakasih untuk Adhe Fajar Dwi Satya, satu-satunya saudara yang sudah mau mengerti sifat Mayang dan menemani membuat skripsi selama berjam-jam.
8. Terimakasih untuk Indongo, Indri, Vania, Ingrid, Naomi, Indri Fransiska, dan Ardha yang sudah menjadi teman dikala susah dan senang dari awal kuliah hingga sekarang.
9. Terimakasih untuk para menantu idaman, Indri, Ica dan Ribbi yang sudah mewarnai hari-hari Mayang saat kuliah dan meramaikan hp Mayang dengan obrolan yang menginspirasi.

10. Terimakasih untuk teman-teman LDR Mayang yang sudah mau menjadi teman Mayang dari jaman SMP hingga sekarang, meskipun jarang ketemu kalian adalah orang-orang yang bertumbuh bersama Mayang.
11. Terimakasih untuk teman-teman Komunikasi UNDIP angkatan 2013 khususnya kelas 8 yang sudah berbagi cerita susah dan senang selama kurang lebih 4 tahun.
12. Terimakasih untuk nenek yang sudah membantu skripsi ini dengan hitung-hitung statistika yang cukup membingungkan.
13. Terimakasih untuk teman-teman KKN Mayang yang sudah menjadi salah satu motivasi Mayang untuk segera menyelesaikan skripsi. Sekarang Kalian squad sudah lulus semua ya guys.
14. Terimakasih untuk seluruh mentor Herbalife, khususnya cik Avanti dan ko Hans yang sudah membantu dalam penyusunan skripsi dan berbaik hati mengizinkan Mayang untuk melakukan penelitian di Hati Klub.
15. Terimakasih untuk semua keluarga besar, teman-teman, tetangga yang tidak dapat disebutkan satu persatu karna sudah mendukung dan mendoakan Mayang selama penyusunan skripsi ini sehingga bisa selesai dengan baik.
16. Terimakasih untuk si ijo yang sudah mengantar Mayang sejak jaman SMA hingga kuliah, dari rumah hingga tembalang dan tidak rewel meskipun pulang sampai larut malam.
17. Terakhir terimakasih untuk diri saya sendiri, Mayangsari yang tidak pernah menyerah dalam penyusunan skripsi meskipun sempat menangis, terhalang berbagai kesibukan dan harus menjalani operasi di tengah-tengah waktu penyusunan skripsi, kamu tidak akan pernah menyesal karna memilih untuk menyelesaikan skripsi ini dan meninggalkan sejenak kesenanganmu.

ABSTRAK

Judul : Hubungan Kompetensi Komunikasi Herbalife Independent Distributor dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Nutrisi Kesehatan Herbalife

Persaingan nutrisi kesehatan di Indonesia bertumbuh tahun demi tahunnya. Salah satunya adalah Herbalife dengan penjualan secara langsung. Menurut survey dari majalah top brand, pada tahun 2016 top brand index Herbalife meningkat menjadi 15,2% dari tahun sebelumnya yang hanya 5,8%. Namun, kenaikan top brand index ini belum mampu membuat Herbalife menempati posisi pertama dan menggeser pesaing utama mereka yaitu WRP. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kompetensi komunikasi Herbalife Independent Distributor dan citra merek terhadap loyalitas konsumen produk nutrisi kesehatan Herbalife. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tipe *eksplanatori*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 60 responden.

Hasil penelitian dari analisis korelasi Kendall tau_b menjelaskan bahwa kompetensi komunikasi Herbalife Independent Distributor dengan loyalitas konsumen produk nutrisi kesehatan Herbalife menghasilkan nilai signifikansi 0,001 dan nilai korelasi 0,333. Hal ini dapat diartikan kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif dengan keeratan yang lemah. Sedangkan, hasil citra merek dengan loyalitas konsumen produk nutrisi kesehatan Herbalife memiliki nilai signifikansi 0,002 dan nilai korelasi 0,315. Hal ini dapat diartikan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif namun keeratan yang dihasilkan lemah. Dengan hasil tersebut disarankan kepada Herbalife Independent Distributor lebih meningkatkan kompetensi komunikasi yang dimiliki mereka terutama pada variabel motivasi karena motivasi merupakan titik lemah dari Herbalife Independent Distributor karena apabila motivasi, pengetahuan dan keterampilan semuanya dapat ditingkatkan lagi oleh Herbalife Independent Distributor maka loyalitas konsumen juga akan meningkat.

Kata kunci : Kompetensi Komunikasi, Citra Merek, dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Title: The Relation between Communication Competence of Herbalife Independent Distributor and the Brand Image towards the Loyalty of Consumers of Herbalife Health Nutrition

Competition of health nutrition grow year by year in Indonesia. One of the competes is Herbalife. Herbalife sells its products directly through According to a survey of a top brand magazine, in 2016, the top brand index of Herbalife increased to 15.2% from a year earlier which was only 5.8%. However, this increase did not support Herbalife to reach the first position yet and shifted their main competitor, WRP. This research aims to know the relation between communication competence of Herbalife Independent Distributor and brand image towards the loyalty of Herbalife consumers. This research is a quantitative research with explanatory type. The sample used in this study are 60 respondents.

The result of Kendall's Tau-b concept and analysis shows that the communication competence of Herbalife Independent Distributor and the loyalty of Herbalife consumers have significance value of 0.001 and correlation value of 0.333. This shows that the two variables have a positive relationship, but they are not tight. However, the results of the brand image and consumers loyalty towards Herbalife products have significance value of 0.002 and correlation value of 0.315. This means that the two variables have a positive relationship along with weak closeness. With regard to this result, it is advisable to Herbalife Independent Distributors to enhance their communication competence, especially on motivation variables because motivation is a weak point of Herbalife Independent Distributor because if motivation, knowledge and skills can all be improved by Herbalife Independent Distributor then consumer loyalty will also increase.

Keywords: Communication Competence, Brand Image, and Consumers Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Kompetensi Komunikasi Herbalife Independent Distributor dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Nutrisi Kesehatan Herbalife” sebagai syarat menyelesaikan pendidikan strata I di jurusan Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur hubungan dari kompetensi komunikasi Herbalife Independent Distributor dan citra merek terhadap loyalitas konsumen dari nutrisi kesehatan Herbalife. Skripsi ini dibagi menjadi lima bagian. Bagian pertama dari skripsi ini membahas permasalahan yang diangkat oleh penulis, teori yang digunakan sampai dengan metodologi penelitian dan teknik analisis yang akan digunakan dalam mengolah data. Bagian kedua membahas secara singkat dari responden penelitian dan gambaran umum tentang nutrisi kesehatan Herbalife. Bagian ketiga menjelaskan penemuan-penemuan yang penulis dapatkan selama penelitian dilakukan. Bagian keempat membahas uji hipotesis dan analisis menggunakan rank kendall lalu dihubungkan dengan teori. Sedangkan bagian lima berisi kesimpulan dan saran penelitian.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih memiliki banyak kekurangan sehingga adanya kritik dan saran yang sifatnya membangun tentu akan selalu penulis terima dan hargai. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah kajian dalam bidang akademis, praktis, dan sosial.

Semarang, Desember 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Akademis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	17
1.4.3 Manfaat Sosial.....	17

1.5 Kerangka Teori.....	17
1.5.1 State of The Art.....	17
1.5.2 Kompetensi Komunikasi.....	21
1.5.3 Citra Merek	27
1.5.4 Loyalitas Konsumen.....	29
1.5.5 Hubungan Kompetensi Komunikasi dengan Loyalitas Konsumen	33
1.5.6 Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Konsumen.....	35
1.6 Hipotesis.....	38
1.7 Definisi Konseptual dan Operasional	38
1.7.1 Definisi Konseptual.....	38
1.7.2 Definisi Operasional.....	39
1.8 Metodologi Penelitian	41
1.8.1 Tipe Penelitian	41
1.8.2 Populasi.....	42
1.8.3 Sampel.....	42
1.8.4 Sumber Data.....	42
1.8.5 Skala Pengukuran Data	43
1.8.6 Alat dan Pengambilan Data.....	44
1.8.7 Teknik Pengolahan Data	44
1.8.8 Instrumen Penelitian.....	45
1.9 Analisis Data	46

BAB II GAMBARAN UMUM RESPONDEN PENELITIAN DAN NUTRISI KESEHATAN HERBALIFE	48
2.1 Locus Penelitian	48
2.2 Sejarah Herbalife.....	49
2.2.1 Kantor Herbalife.....	50
2.2.2 Penasehat Nutrisi Kesehatan Herbalife	51
2.2.3 Produk-Produk Nutrisi Kesehatan Herbalife	53
2.2.4 Bisnis Nutrisi Kesehatan Herbalife	57
BAB III HUBUNGAN KOMPETENSI KOMUNIKASI HERBALIFE INDEPENDENT DISTRIBUTOR DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN NUTRISI KESEHATAN HERBALIFE	58
3.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	58
3.1.1 Uji Valiiditas	58
3.1.2 Uji Realibilitas	61
3.2 Crosstab.....	63
3.3 Identitas Responden	74
3.4 Kompetensi Komunikasi Herbalife Independent Distributor	76
3.4.1 Kategorisasi Variabel Kompetensi Komunikasi Herbalife Independent Distributor	93
3.5 Citra Merek	95
3.5.1 Kategorisasi Variabel Citra Merek.....	111
3.6 Loyalitas Konsumen.....	113
3.6.1 Kategorisasi Loyalitas Konsumen.....	119

BAB IV UJI HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN	121
4.1 Uji Hipotesis	121
4.1.1 Hubungan Kompetensi Komunikasi Herbalife Independent Distributor dan Loyalitas Konsumen Nutrisi Kesehatan Herbalife.....	123
4.1.2 Hubungan Citra Merek dan Loyalitas Konsumen Nutrisi Kesehatan Herbalife.....	125
4.2 Pembahasan.....	128
4.2.1 Hubungan Kompetensi Komunikasi Herbalife Independent Distributor dan Loyalitas Konsumen Nutrisi Kesehatan Herbalife.....	128
4.2.2 Hubungan Citra Merek dan Loyalitas Konsumen Nutrisi Kesehatan Herbalife.....	130
BAB V PENUTUP	133
5.1 Kesimpulan	133
5.2 Saran.....	134

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. TOP Brand Index Kategori Susu Diet Tahun 2013 – 2016	8
Tabel 2.1. Produk Nutrisi Kesehatan Herbalife	51
Tabel 3.1. Uji Validitas Kompetensi Komunikasi Herbalife Independent Distributor	57
Tabel 3.2. Uji Validitas Citra Merek.....	58
Tabel 3.3. Uji Validitas Loyalitas Konsumen.....	59
Tabel 3.4. Hasil Pengujian Realibilitas	60
Tabel 3.5. Crosstab Umur dengan Kompetensi Komunikasi.....	61
Tabel 3.6. Crosstab Jenis Kelamin dengan Kompetensi Komunikasi	62
Tabel 3.7. Crosstab Kompetensi Komunikasi dengan Loyalitas Konsumen.....	63
Tabel 3.8. Crosstab Umur dengan Citra Merek	64
Tabel 3.9. Crosstab Jenis Kelamin dengan Citra Merek	65
Tabel 3.10. Crosstab Citra Merek dengan Loyalitas Konsumen	66
Tabel 3.11. Crosstab Umur dengan Loyalitas Konsumen.....	67
Tabel 3.12. Crosstab Jenis Kelamin dengan Loyalitas Konsumen	68
Tabel 3.13. Hasil Chi-Square Kompetensi Komunikasi dengan Loyalitas Konsumen	69
Tabel 3.14. Hasil Chi-Square Citra Merek dengan Loyalitas Konsumen.....	70
Tabel 4.1. Korelasi Kompetensi Komunikasi Herbalife Independent Distributor dengan Loyalitas Konsumen Nutrisi Kesehatan Herbalife	121
Tabel 4.2. Korelasi Citra Merek dengan Loyalitas Konsumen Nutrisi Kesehatan Herbalife.....	123
Tabel 4.3. Uji Hipotesis	125

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1. Penjualan Nutrisi Kesehatan Herbalife Di Seluruh Dunia	10
Grafik 1.2. Deskripsi Geometri Antar Variabel	37
Grafik 3.1. Jenis Kelamin Responden.....	72
Grafik 3.2. Usia Responden	73
Grafik 3.3. Pertanyaan 1.....	76
Grafik 3.4. Pertanyaan 2.....	77
Grafik 3.5. Pertanyaan 3.....	78
Grafik 3.6. Pertanyaan 4.....	79
Grafik 3.7. Pertanyaan 5.....	80
Grafik 3.8. Pertanyaan 6.....	81
Grafik 3.9. Pertanyaan 7.....	82
Grafik 3.10. Pertanyaan 8.....	83
Grafik 3.11. Pertanyaan 9.....	84
Grafik 3.12. Pertanyaan 10.....	85
Grafik 3.13. Pertanyaan 11.....	86
Grafik 3.14. Pertanyaan 12.....	87
Grafik 3.15. Pertanyaan 13.....	88
Grafik 3.16. Pertanyaan 14.....	89
Grafik 3.17. Pertanyaan 15.....	90
Grafik 3.18. Kompetensi Komunikasi Herbalife Independent Distributor	92
Grafik 3.19. Pertanyaan 16.....	94
Grafik 3.20. Pertanyaan 17.....	95
Grafik 3.21. Pertanyaan 18.....	96

Grafik 3.22. Pertanyaan 19.....	97
Grafik 3.23. Pertanyaan 20.....	98
Grafik 3.24. Pertanyaan 21.....	99
Grafik 3.25. Pertanyaan 22.....	100
Grafik 3.26. Pertanyaan 23.....	101
Grafik 3.27. Pertanyaan 24.....	102
Grafik 3.28. Pertanyaan 25.....	103
Grafik 3.29. Pertanyaan 26.....	104
Grafik 3.30. Pertanyaan 27.....	105
Grafik 3.31. Pertanyaan 28.....	106
Grafik 3.32. Pertanyaan 29.....	107
Grafik 3.33. Pertanyaan 30.....	108
Grafik 3.34. Citra Merek.....	110
Grafik 3.35. Pertanyaan 31.....	112
Grafik 3.36. Pertanyaan 32.....	113
Grafik 3.37. Pertanyaan 33.....	114
Grafik 3.38. Pertanyaan 34.....	115
Grafik 3.39. Pertanyaan 35	116
Grafik 3.40. Loyalitas Konsumen	118

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1. Persebaran Herbalife Di Seluruh Dunia	49
Tabel 2.2. Dewan Penasehat Herbalife	50

DAFTAR LAMPIRAN

1. Matrix Penelitian
2. Kuesioner
3. Output SPSS