



**ANALISIS BRAND LOYALTY PENGGUNA KARTU SELULER  
BERBASIS INTERNET MEREK SMART TELECOM DI KOTA JEMBER**

**SKRIPSI**

Oleh

**Hari Yoga Pratama  
NIM 050810291158**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**



**ANALISIS BRAND LOYALTY PENGGUNA KARTU SELULER  
BERBASIS INTERNET MEREK SMART TELECOM DI KOTA JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember**

Oleh

**Hari yoga Pratama  
NIM 050810291158**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Analisis Brand Loyalty Pengguna Kartu Seluler  
Berbasis Internet Merek Smart telecom Di Kota Jember.  
Nama Mahasiswa : Hari yoga Pratama.  
NIM : 050810291158.  
Jurusan : Manajemen.  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran.

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H.R Andi Sularso MSM  
NIP. 19600413 198603 1 002

Drs. Didik Pudjo M., MS  
NIP. 19610209 198603 1 001

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si  
NIP. 19661020 199000 2 001

Tanggal Persetujuan : Februari 2011

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Hari Yoga Pratama  
NIM : 050810291158  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : M. Pemasaran  
Judul Skripsi : Analisis Brand Loyalty Pengguna Kartu Selular  
Berbasis Internet Merek Smart Telecom di Kota Jember.

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jember, Februari 2011

Yang menyatakan

MATERAI  
Rp. 6000

**HARI YOGA PRATAMA**

**NIM. 050810291158**

**JUDUL SKRIPSI****ANALISIS BRAND LOYALTY PENGGUNA KARTU SELULAR  
BERBASIS INTERNET MEREK SMART TELECOM DI KOTA JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Hari Yoga Pratama

NIM : 050810291158

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

28 Februari 2011

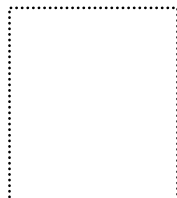
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

**Susunan Tim Penguji**

Ketua : Drs. H. Suwardi, MM. : .....  
NIP. 19540719 198211 1 001

Sekretaris : Prof Dr H.R Andi Sularso MSM : .....  
NIP. 19600413 198603 1 002

Anggota : Dr. Deasy Wulandari., S.E.,M.Si : .....  
NIP. 19730908 200003 2 001



Mengetahui;  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc  
NIP. 19560831 198403 1 002

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah... Akhirnya selesai juga satu langkah hidupku. Semua ini tulus kupersembahkan sebagai bentuk tanggung jawab, pengabdian, ungkapan terima kasihku, hormat dan kasih sayangku kepada :*

- *Kedua Orangtuaku, Menik Tri Wahyuni SE & H.MA Wismoyo H.S yang telah melahirkan, merawat, membimbing, mendoakan dan memberi kasih sayang serta pengorbanannya selama ini*
- *Adek-adek ku Heru Yogi Wibisono & Happy Eprilia Maharani yang selalu memberikan semangat dan dukungan*
- *Keluarga besarku, terima kasih atas dukungan,, perhatian dan kasih sayang yang telah diberikan selama ini.*
- *Guru-guru yang telah mendidik dan membimbingku hingga saat ini*
- *Almamater yang kubanggakan*
- *Temam-teman ku Manajemen 2005, Teman-teman Basket Fakultas Ekonomi Unej Jember Yang Selalu Bersama*
- *Temen-temen Explore dan 3G.net*

## MOTTO

***“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”.***

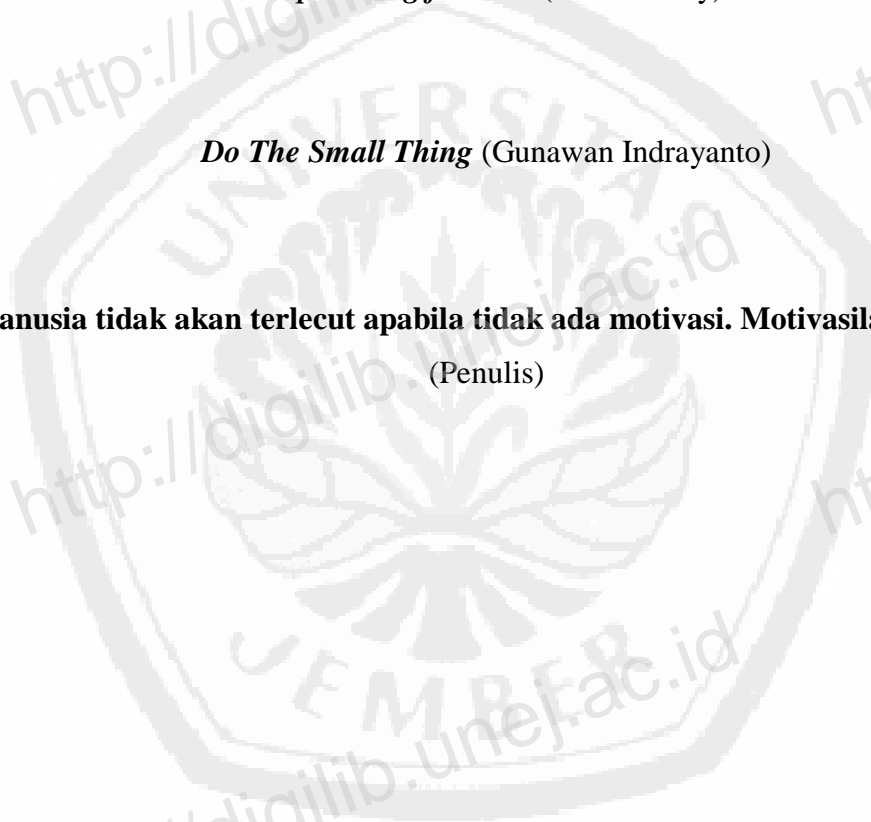
(Ar-Ra’du : 11)

***Keep moving forward*** (Walt Disney)

***Do The Small Thing*** (Gunawan Indrayanto)

**Manusia tidak akan terlecut apabila tidak ada motivasi. Motivasilah dirimu**

(Penulis)



## ABSTRAKSI

**Analisis Brand Loyalty Pengguna Kartu Seluler Berbasis Internet Merek Smart Telecom di Kota Jember;** Hari Yoga Pratama, 050810291158, 2011: 44 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penelitian ini berjudul “ Analisis *Brand Loyalty* Pengguna kartu Seluler Berbasis Internet Merek Smart Telecom di Kota Jember “. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis loyalitas merek pada konsumen khususnya pada masyarakat pelanggan kartu seluler berbasis Internet merek Smart Telecom di Kota Jember, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui ukuran keterkaitan pelanggan kepada sebuah merek yang mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya seorang pelanggan beralih ke merek produk lain, terutama jika pada merek tersebut didapati adanya perubahan baik menyangkut tarif ataupun atribut yang lain. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan metode pengumpulannya menggunakan informasi yang didapatkan berasal dari responden dengan menggunakan kuesioner. Responden dalam penelitian ini sebanyak 60 orang dengan menggunakan tehnik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah alat analisis pengujian instrumen yaitu *Person Product Moment* dan uji reliabilitas *Cronbach alpha*. Metode analisis data yang digunakan adalah rata-rata, standar deviasi, *brand swiching pattern matrix*, dan piramida *brand loyalty*. Hasil dari perhitungan yang didapat dari kartu seluler berbasis Internet, konsumen paling banyak pada tingkat *liking the brand* yaitu sebesar 71,67%, *satisfied buyer* 56,67%, *habitual buyer* 46,67% sedangkan ditingkat terendah *switcher* sebesar 23,33% dan *committed buyer* sebesar 43,33%. Hal ini mengindikasikan bahwa kartu seluler berbasis Internet merek Smart telecom mendekati tingkatan loyalitas merek yang kuat. Berdasarkan matrik perpindahan merek, kartu seluler berbasis Internet merek Smart Telecom di Kota jember tingkat kemungkinan perpindahan merek sebesar 20,00%.

**Kata kunci** *Brand Loyalty, switcher, habitual buyer, satisfied buyer, liking the brand, committed buyer.*



## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirohim.

Puji Syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Brand Loyalty Pengguna Kartu selular Berbasis Internet Merek Smart Telecom di Kota Jember**“. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Ibu Dr Hj. Isti Fadah , M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen;
3. Bapak Drs. Budi Nurhardjo , M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik;
4. Bapak Prof Dr H.R Andi Sularso MSM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
5. Bapak Drs Didik Pudjo M.,MS selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.;
6. Karyawan Bagian Akademik dan Tata Usaha Jurusan Manajemen;
7. Pimpinan *Smart Telecom* beserta seluruh jajaran manajemen, atas bantuan selama penelitian;
8. Keluargaku, Ibu Menik tri Wahyuni SE, Bapak H.MA Wismoyo H.S, dan adikku tercinta Heru Yogi Wibisono & Happy Eprilia Maharani atas do'a dan dukungannya.;
9. Keluarga besarku, terima kasih atas pertanyaan “Kapan Lulusnya?”;
10. *My Soulmate* Merita Diah, terima kasih atas doa, dorongan semangat dan semuanya yang diberikan hingga saat ini (*yaou're my sunshine*), juga atas bantuan, kritik, bimbingan, saran dan *deadline*-nya selama pengerjaan skripsi serta semuanya yang tidak bisa dituliskan dengan kata-kata;

11. Teman-temanku:Ulum,Dana,Ibnu,mas Aldi, mas Ivan, Wiwit, dan semua teman-teman KMPE(Komunitas Mahasiswa Parkiran Ekonomi) yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu;
12. Penghuni Itech & Explorer Mastrip: Mas Hendro,Mas chipan, Mas Nizar, Nyot, Feri, Riki, Yudis, Puput,Yakop, Kiki, Didit, dll; tanpa bantuan dan doa kalian sepertinya skripsi ini tidak akan selesai;
13. Teman-teman Basket SMUDA Jember: Agus, Sandy, Efran, Iga, Distia, Fitri,dan temen-temen Basket FE Unej: Endik, Big so, Oki, Nurbiyanti, dll; terima kasih atas memori indah yang tidak akan terlupakan selama kita berjuang bersama-sama di setiap kompetisi maupun pada saat acara yang kita buat selama ini;
14. Teman-Teman Manajemen 2005 yang sudah berbaik hati membantuku dan menemaniku saat kuliah, One, Tantok, Andika, Koko, Nasrul, Sandi, Cristie, Amrul, Titin, Kiki, dll;
15. Teman-Teman Manajemen Angkatan 2005 baik yang sudah ”menghilang” atau yang ”masih setia” di kampus, SEMANGAT!!!;
16. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, Februari 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Perumusan Masalah</b> .....	3
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	3
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	4
<b>BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1 Kajian Teoritis dan Empiris</b> .....	5
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	5
2.1.2 Loyalitas Konsumen.....	6
2.1.3 Pengertian Merek .....	7
2.1.4 Loyalitas Merek .....	10
2.1.5 Tingkatan Loyalitas Merek .....	11
<b>2.2 Kajian Empiris</b> .....	14
<b>2.3 Kerangka Konseptual</b> .....	16

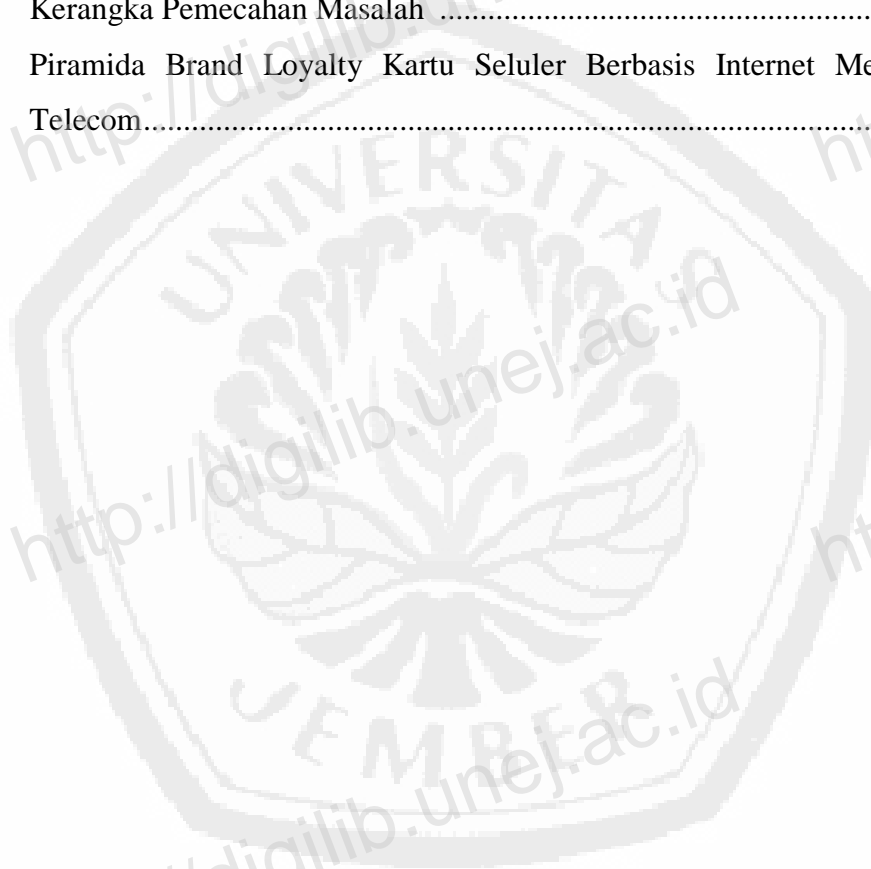
<b>BAB 3 : METODE PENELITIAN</b>	
<b>3.1 Rancangan Penelitian</b> .....	17
<b>3.2 Jenis Sumber Data</b> .....	17
<b>3.3 Metode Pengumpulan Data</b> .....	18
<b>3.4 Populasi dan Sampel Penelitian</b> .....	18
<b>3.5 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel</b> .....	18
3.5.1 Identifikasi Variabel .....	19
3.5.2 Definisi Operasional Variabel .....	19
<b>3.6 Tehnik Pengukuran</b> .....	20
<b>3.7 Teknik Pengujian Instrumen Penelitian</b> .....	21
<b>3.8 Metode Analisis Data</b> .....	23
<b>3.9 Kerangka Pemecahan Masalah</b> .....	26
<b>BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>4.1 Hasil Penelitian</b> .....	28
4.1.1 <i>Gambaran Umum Kartu Seluler Berbasis Internet Merek Smart Telkom</i> .....	28
4.1.2 Karakteristik Responden .....	29
4.1.3 Uji Instrumen Penelitian .....	31
4.1.4 Hasil Analisis Data .....	32
<b>4.2 Pembahasan</b> .....	40
4.2.1 Tingkatan Brand Loyalty .....	40
4.2.2 Matrik Perpindahan Merek ( <i>Brand Switching Pattern Matrix</i> ) .....	41
4.2.3 Gambaran Piramida Brand Loyalty .....	42
<b>BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	44
<b>5.2 Saran</b> .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	46
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang.....	15
3.1 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan Dengan Rehabilitas Instrumen .....	23
4.1 Umur Responden .....	29
4.2 Frekuensi Penggunaan Konsumen .....	30
4.3 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	31
4.4 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek- <i>Switcher</i> Pada Kartu Seluler Berbasis Internet Merek Smart Telecom .....	32
4.5 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek- <i>Habitual Buyer</i> Pada Kartu Seluler Berbasis Internet Merek Smart Telecom .....	34
4.6 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek- <i>Satisfied Buyer</i> Pada Kartu Seluler Berbasis Internet Merek Smart Telecom.....	35
4.7 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek- <i>Liking the Brand</i> Pada Kartu Seluler Berbasis Internet Merek Smart Telecom.....	36
4.8 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek- <i>Committed Buyer</i> Pada Kartu Seluler Berbasis Internet Merek Smart Telecom.....	37
4.9 Matrik Perpindahan Produk Kartu Seluler Berbasis Internet Merek Smart Telecom.....	38
4.10 Kemungkinan Perpindahan Merek atau ProT ( <i>Possibility Rate of Transition</i> ).....	38

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
2.1 Nilai Loyalitas Merek .....	11
2.2 Piramida Brand Loyalty .....	13
2.3 Piramida Brand Loyalty Terbalik .....	13
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian .....	16
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	26
4.1 Piramida Brand Loyalty Kartu Seluler Berbasis Internet Merek Smart Telecom.....	39



**DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

