



**ANALISIS LOYALITAS MEREK DAN PERPINDAHAN MEREK PADA  
DETERJEN DI KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Oleh :  
**YOSITA KARTIKA**  
**NIM 050810201039**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2010**



**ANALISIS LOYALITAS MEREK DAN PERPINDAHAN MEREK PADA  
DETERJEN DI KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

Oleh :

**YOSITA KARTIKA  
NIM 050810201039**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2010**

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

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Yosita Kartika  
NIM : 050810201039  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : ANALISIS LOYALITAS MEREK DAN  
PERPINDAHAN MEREK PADA DETERJEN DI  
KABUPATEN 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, 22 Oktober 2010

Yang menyatakan

**YOSITA KARTIKA**  
**NIM. 050810201039**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS LOYALITAS MEREK DAN PERPINDAHAN  
MEREK PADA DETERJEN DI KABUPATEN JEMBER

Nama Mahasiswa : Yosita Kartika

NIM : 050810201039

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Adi prasodjo, MP

NIP. 19550516 198703 1 001

Chairul Soleh, SE, M.Si

NIP. 19690306 199903 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Diah Yulisetiarni, M.Si

NIP. 19610729 198603 2 001

**JUDUL SKRIPSI**

**ANALISIS LOYALITAS MEREK DAN PERPINDAHAN MEREK  
PADA DETERJEN DI KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Yosita Kartika

NIM : 050810201039

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

22 Oktober 2010

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

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si : .....  
NIP. 19730908 200003 2 001

Sekretaris : Chairul Soleh, Se, M.Si : .....  
NIP. 19690306 199909 1 001

Anggota : Drs. Adi Prasodjo, MP : .....  
NIP. 19550516 198703 1 001

Mengetahui,  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M. Sc  
NIP. 19560831 198403 1 0

## PERSEMBAHAN

*Dengan kerendahan hati yang tak terhingga, kuucapkan rasa syukurku kepada :*

- ❖ *Allah SWT, yang kepada-Nya tergantung segala sesuatu*  
*Skripsi ini kupersembahkan kepada :*
- ❖ *Kedua Orangtuaku, ir. Eddy Ibnu Santoso (Alm.) dan Estu Kimiyati yang telah melahirkan, merawat, membimbing, mendoakan dan memberi kasih sayang serta pengorbanannya selama ini*
- ❖ *Adik-adikku Deasy Pima Kartika & Harya Bagaswanda yang selalu menyayangi serta memberikan semangat dan dukungannya*
- ❖ *Suamiku Andi Arie Setiawan yang senantiasa menyayangi dan mendoakan aku. Terima kasih atas dukunannya*
- ❖ *Anakku Davin Arie Afriansyah yang selalu aku sayangi*
- ❖ *Almamater yang kubanggakan*

## **MOTTO**

*”Hanya Engkaulah (Allah) yang kami sembah, dan hanya kepada  
Engkau kami memohon pertolongan”*

(QS. Al Fatihah : 5)

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

(Ar-Ra’du : 11)

*“ Barang siapa yang menempuh suatu jalan untuk menuntut ilmu  
pengetahuan maka ALLAH akan memudahkan baginya jalan menuju  
Surga”*

(H.R. Muslim)

## ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Analisis Loyalitas Merek Dan Perpindahan Merek pada Deterjen di Kabupaten Jember”, dan untuk menganalisis kemungkinan perpindahan merek deterjen merek Rinso, Attack dan So Klin di Wilayah Kota Jember. Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari responden atas kuesioner yang telah dibagikan kepada masyarakat Jember yang sedang menggunakan deterjen merek Rinso, Attack dan So Klin. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Purpose Sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah alat analisis pengujian instrumen, yaitu uji validitas *Person Product Moment*, uji *Reability Cronbach's Alpha*. Metode analisis data yang digunakan adalah rata-rata, standar deviasi, Piramida *Brand Loyalty* dan *Brand Switching Pattern Matrix*. Berdasarkan analisis *Brand Loyalty* (Loyalitas merek) deterjen merek Rinso, Attack dan So Klin telah memiliki tingkat loyalitas merek yang mendekati tingkat loyalitas merek yang kuat. Deterjen merek Rinso memiliki konsumen terbanyak pada tingkat *Liking The Brand* sebesar 64%, deterjen Attack memiliki konsumen terbanyak pada tingkat *Liking The Brand* sebesar 68.6% dan deterjen So Klin memiliki konsumen terbanyak pada tingkat *Liking The Brand* sebesar 55%. Berdasarkan matrik perpindahan merek (*Brand Switching Pattern Matrix*), deterjen Rinso memiliki tingkat kemungkinan perpindahan merek sebesar 57,59%, deterjen Attack memiliki tingkat kemungkinan perpindahan merek sebesar 55,96% dan deterjen So Klin memiliki tingkat kemungkinan perpindahan merek sebesar 91,63%. Berdasarkan piramida *brand loyalty* deterjen Rinso memiliki jumlah konsumen terbanyak pada tingkat *Liking the Brand* sebesar 64%, deterjen Attack memiliki jumlah konsumen terbanyak pada tingkat *Liking the Brand* sebesar 68,6% dan deterjen So Klin memiliki jumlah konsumen terbanyak pada tingkat *Liking the Brand* sebesar 55%.

Kata Kunci : *Brand Loyalty* (Loyalitas Merek), *Piramida Brand Loyalty*, *Brand Switching Pattern Matrix*.



## PRAKATA

Segala puji sukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Orientasi Konsumen Dan Berbagai Tingkatan Loyalitas Konsumen Merek Pada Deterjen di Kabupaten Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak,. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Mochammad Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiarni, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Bapak Drs.Adi Prasodjo, MP, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat pada penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Chairul Saleh, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat pada penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini.
6. Keluargaku, Bapak Ir. Eddy Ibnu Santoso (Alm.), ibu Estu Kimiyati, yang telah memberikan restu dan doa serta motivasi yang tak terhingga selama penulis melaksanakan studi hingga selesainya skripsi ini.
7. Kedua adikku Deasy Prima Kartika dan Harya Bagaswanda yang selalu memotivasi aku untuk menjadi seorang kakak yang sesungguhnya dengan cinta kasihnya.

8. Suamiku Andi Arie Setiawan, terima kasih atas doa, semangat dan kasih sayang yang diberikan hingga saat ini, juga atas bantuan, kritik, bimbingan, saran serta penuh kesabaran mendampingiku selama pengerjaan skripsi.
9. Anakku Davin Arie Afriansyah, yang selalu menyayangiku.
10. Seluruh teman-teman Manajemen 2005 yang sudah berbaik hati membantuku dan menemaniku saat kuliah,.
11. Dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih.

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

Jember, 22 Oktober 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

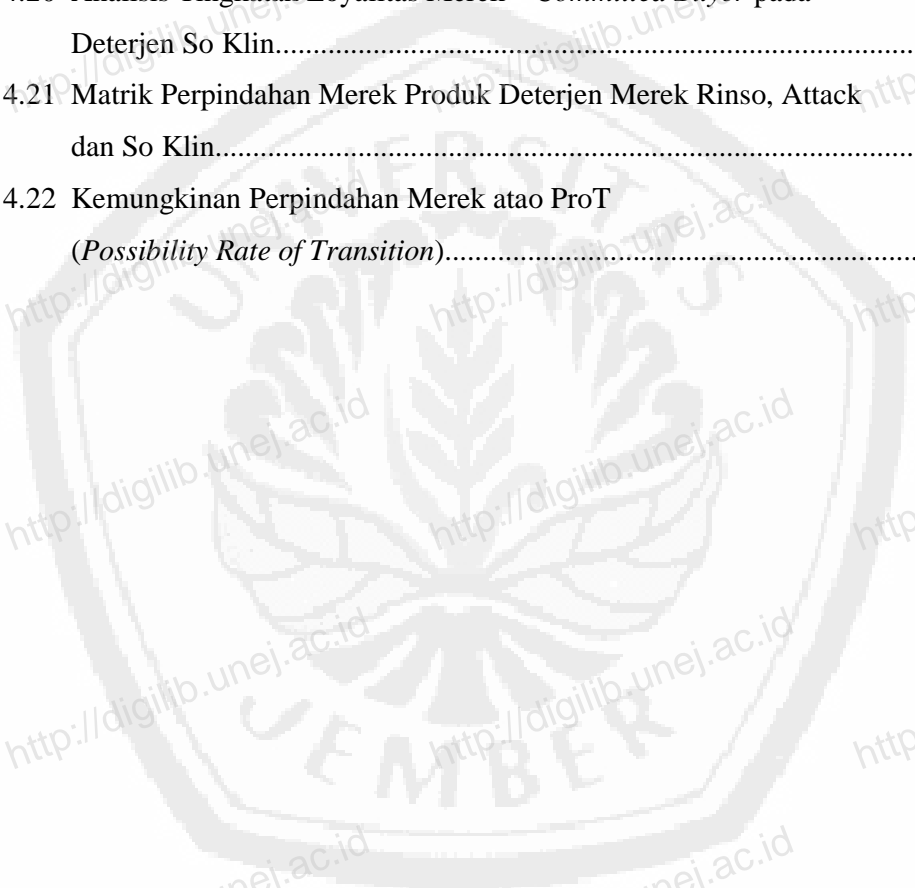
	<b>Halaman</b>
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Merek.....	6
2.1.2 Label.....	9
2.1.3 loyalitas Merek .....	10
2.2 Kajian Empiris .....	15
2.3 Kerangka Konseptual.....	17
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	19
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	19

3.3	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	20
3.4	Teknik Pengukuran .....	21
3.5	Identifikasi Variabel.....	21
3.6	Definisi Operasional Variabel .....	22
3.7	Teknik Pengujian Instrumen Penelitian.....	23
3.8	Metode Analisis Data.....	24
3.9	Kerangka Pemecahan Masalah .....	27
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember.....	29
4.2	Sekilas Tentang deterjen Rinso, Attack dan So Klin.....	31
4.3	Karakteristik Responden.....	33
4.4	Uji Instrumen.....	35
4.4.1	Uji Validitas.....	35
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	36
4.5	Analisis Data.....	37
4.5.1	Analisis <i>Brand Loyalty</i> .....	37
4.5.2	Piramida <i>Brand Loyalty</i> .....	53
4.5.3	Matrik Perpindahan Merek ( <i>Brand Switching Pattern Matrix</i> ).....	57
4.6	Pembahasan.....	59
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	67
5.2	Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>71</b>
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang.....	16
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pengguna deterjen merek Rinso, Attack dan So Klin di Wilayah Kota Jember.....	33
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Jenis Pekerjaan..	34
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Penghasilan Per bulan.....	34
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Alamat.....	35
4.5 Uji Validitas <i>Product Momen</i> .....	36
4.6 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Switcher</i> pada Deterjen Rinso.....	38
4.7 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Switcher</i> pada Deterjen Attack.....	39
4.8 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Switche</i> pada Deterjen So Klin.....	40
4.9 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Habitual Buyer</i> pada Deterjen Rinso.....	41
4.10 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Habitual Buyer</i> pada Deterjen Attack.....	42
4.11 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Habitual Buyer</i> pada Deterjen So Klin.....	43
4.12 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Satisfied Buyer</i> pada Deterjen Rinso.....	44
4.13 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Satisfied Buyer</i> pada Deterjen Attack.....	45
4.14 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Satisfied Buyer</i> pada Deterjen So Klin.....	46
4.15 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Liking The Brand</i> pada Deterjen Rinso.....	47
4.16 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Liking The Brand</i> pada Deterjen Attack.....	48

4.17 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Liking The Brand</i> pada Deterjen So Klin.....	49
4.18 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Committed Buyer</i> pada Deterjen Rinso.....	50
4.19 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Committed Buyer</i> pada Deterjen Attack.....	51
4.20 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Committed Buyer</i> pada Deterjen So Klin.....	52
4.21 Matrik Perpindahan Merek Produk Deterjen Merek Rinso, Attack dan So Klin.....	57
4.22 Kemungkinan Perpindahan Merek atao ProT ( <i>Possibility Rate of Transition</i> ).....	59



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
2.1 Nilai Loyalitas Merek.....	12
2.2 Piramida <i>Brand Loyalty</i> .....	14
2.3 Piramida <i>Brand Loyalty</i> Terbalik.....	14
2.4 Kerangka Konseptual.....	18
3.1 Piramida <i>Brand Loyalty</i> .....	25
3.2 Piramida <i>Brand Loyalty</i> Terbalik.....	26
3.3 Alur Pemecahan Masalah.....	27
4.1 Piramida <i>Brand Loyalty</i> Deterjen Rinso.....	54
4.2 Piramida <i>Brand Loyalty</i> Deterjen Attack.....	55
4.3 Piramida <i>Brand Loyalty</i> Deterjen So Klin.....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Validitas Instrumen Reliabilitas *Brand Loyalty*
- Lampiran 3 Identitas Responden Deterjen Rinso
- Lampiran 4 Data Jawaban Pertanyaan *Brand Loyalty* pada Deterjen Rinso
- Lampiran 5 Tabel Alasan Responden Memilih Deterjen Rinso
- Lampiran 6 Frekuensi Mengonsumsi Deterjen Rinso dalam 1 Minggu
- Lampiran 7 Identitas Responden Deterjen Attack
- Lampiran 8 Data Jawaban Pertanyaan *Brand Loyalty* pada Deterjen Attack
- Lampiran 9 Tabel Alasan Responden Memilih Deterjen Attack
- Lampiran 10 Frekuensi Mengonsumsi Deterjen Attack dalam 1 Minggu
- Lampiran 11 Identitas Responden Deterjen So Klin
- Lampiran 12 Data Jawaban Pertanyaan *Brand Loyalty* pada Deterjen So Klin
- Lampiran 13 Tabel Alasan Responden Memilih Deterjen So Klin
- Lampiran 14 Frekuensi Mengonsumsi Deterjen So Klin dalam 1 Minggu
- Lampiran 15 Matriks perpindahan Merek