



**Analisis Brand Loyalty Pada Kartu Seluler Merek As
di Kalangan Pelajar SMAN 2 Genteng, Kabupaten Banyuwangi**

SKRIPSI

Oleh :

Wahyu Adhe Saputra

NIM : 050810291092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012



**Analisis Brand Loyalty Pada Kartu Seluler Merek As
di Kalangan Pelajar SMAN 2 Genteng, Kabupaten Banyuwangi**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh :

Wahyu Adhe Saputra

NIM : 050810291092

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS JEMBER

2012

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Adhe Saputra

NIM : 050810291092

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa sekripsi yang berjudul “Analisis brand loyalty pada kartu seluler merek As dikalangan pelajar SMAN 2 Genteng Kabupaten Banyuwangi” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus di junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Januari 2013

Yang menyatakan,

Wahyu Adhe Saputra

NIM. 050810291092

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Brand Loyalty Pada Kartu Seluler Merek As
di Kalangan Pelajar SMAN 2 Genteng Kabupaten
Banyuwangi

Nama Mahasiswa : Wahyu Adhe Saputra

Nim : 050810291092

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Adi Prasodjo, MP

NIP. 19550516 198703 1 001

Drs. Sriono, MM

NIP. 19561031 198603 1 001

Mengetahui,

Jurusan/ Program Studi Manajemen

Ketua,

Prof. Dr. Hj Isti Fadah, SE, M. Si

NIP. 19661020 199002 2 001

Tanggal Persetujuan :

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS BRAND LOYALTY PADA KARTU SELULER MEREK AS DI KALANGAN PELAJAR SMAN 2 GENTENG KABUPATEN BANYUWANGI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Wahyu Adhe Saputra
NIM : 050810291092
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal :

15 Januari 2013

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar sarjana dalam ilmu ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Peguji:

Ketua : Dr. Sumani, SE., M.Si : (.....)
Nip.19690114 200501 1 002

Sekretaris : Drs. Sriono, MM : (.....)
Nip. 19561031 198603 1 001

Anggota : Drs. Adi Prasodjo, MP : (.....)
Nip. 19550516 198703 1 001



Mengetahui:
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

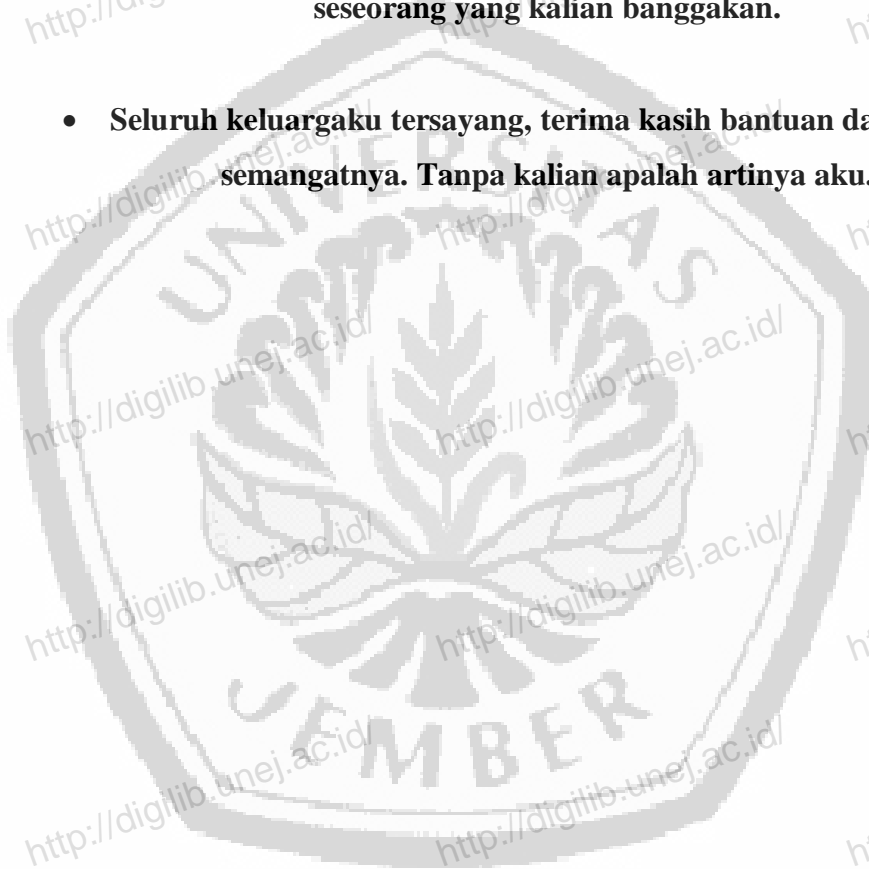
Dr. H. Moehammad Fathorrozi, M. Si

NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- **Orang Tua saya yang tercinta, yang selama ini telah menyayangiku dengan sepenuh hati. Hanya persembahan kecil inilah yang bisa aku berikan saat ini untuk kalian. Semoga aku bisa menjadi seseorang yang kalian banggakan.**
- **Seluruh keluargaku tersayang, terima kasih bantuan dan dorongan semangatnya. Tanpa kalian apalah artinya aku.**



MOTTO

“ Barang siapa diuji lalu bersabar, diberi lalu bersyukur, dizalimi lalu beristigfar maka bagi mereka keselamatan dan mereka tergolong orang-orang yang memperoleh hidayah “.

(HR. Al – Baihaqi)

Persahabatan sangat diperlukan dalam hidup karena tanpa sahabat hidup terasa hambar.

(Aristoteles)

Sukses tidak diukur dari posisi yang dicapai seseorang dalam hidup, tetapi dari kesulitan-kesulitan yang berhasil diatasi ketika berusaha meraih sukses.

(Booker I. Washington)

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “ Analisis *Brand Loyalty* Pada Kartu Seluler Merek As di Kalangan Pelajar SMAN 2 Genten Kabupaten Banyuwangi “. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis loyalitas merek pada konsumen khususnya pada pelajar SMAN 2 Genteng Kabupaten Banyuwangi pengguna kartu seluler merek As, 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 atau pun 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 merek As, pada tingkat *liking the brand* yaitu sebesar 68,33%, *satisfied buyer* 50,00%, *habitual buyer* 45,00% sedangkan ditingkat terendah *switcher* sebesar 28,33% dan *committed buyer* sebesar 46,67%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen kartu seluler merek As terkonsentrasi pada tingkat *liking the brand*. Hal ini kartu seluler merek As menunjukkan tingkat loyalitas merek yang kuat didukung dengan jumlah *committed buyer* lebih besar dari pada jumlah *switcher*.

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

ABSTRACT

This study entitled "analysis of Brand Loyalty In the As Cellular Card Brand among Students SMAN 2 Genteng Banyuwangi Regency". This research aims to analyze the brand loyalty of consumers especially in the student SMAN 2 Genteng cellular card users Banyuwangi Regency brand As, It is intended to find out the size of the customer relationship to a brand that is able to give you an idea of whether or not a customer may switch to other product brands, especially if the brand is found on the existence of good changes regarding tarif or other attributes. This research is descriptive research and incorporation methods use information obtained comes from respondents using a questionnaire. The respondents in this study as many as 60 people by using purposive sampling technique. Analysis tool used is a test instrument analysis tool that Person Product Moment and Cronbach alpha reliability test. Methods of data analysis that is used is the average, standard deviation, brand switching pattern matrix, and pyramid brand loyalty. The results of the calculation are derived from cellular card brand As, liking the brand a level that is equal to 68.33%, 50.00% satisfied buyer, buyer habitual 45.00% while the lowest level of 28.33% switcher and committed buyer by 46 , 67%. The results showed that the characteristics of the cellular card consumer brands the As concentrated on liking the brand level. This card is brand mobile As demonstrated strong brand loyalty levels supported by the number of committed buyers is greater than the sum switcher.

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

PRAKATA

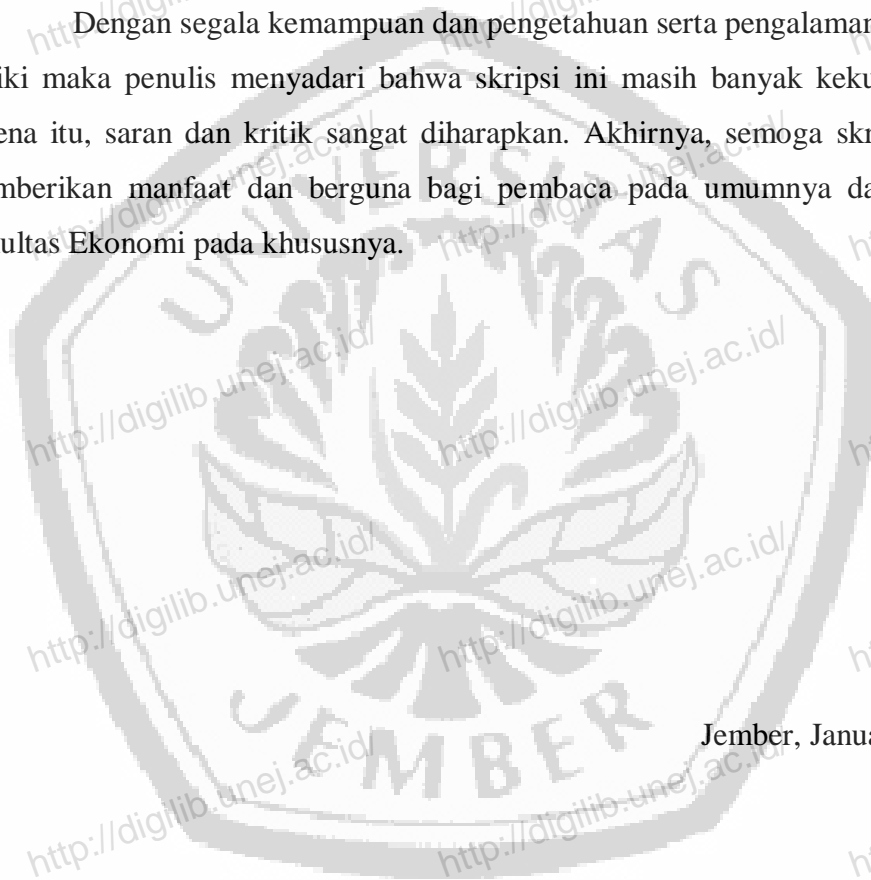
Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala berkah dan rahmat-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul “ Analisis *Brand Loyalty* Pada Kartu Seluler Merek As di Kalangan Pelajar SMAN 2 Genteng Kabupaten Banyuwangi” ini dapat terselesaikan dengan lancar. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya ditujukan kepada semua pihak yang membantu kelancaran penulisan sehingga karya ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih ini terutama ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Moehammad Fathorrozi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Prof. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Ketua Program Studi Manajemen Non Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Drs. Adi Prasodjo, MP selaku dosen pembimbing I yang dengan sabar membimbing, memberi arahan, berbagi pengalaman serta memberi nasehat-nasehat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih untuk banyak waktu yang sudah diluangkan untuk membimbing saya.
4. Drs. Sriono, MM selaku dosen pembimbing II yang juga dengan sabar membimbing, memberi arahan, memberi nasehat dan dengan penuh ketelitian membantu saya menyelesaikan skripsi ini.
5. Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk bapak Yuli dan segenap civitas akademik yang selalu siap membantu.
6. Kedua orang tua Bpk “Puryadi” ,Ibunda “Ismawati” dan Istriku ”Linda” tercinta yang selalu memberi semangat dan menyertai langkah jalan hidupku dengan ketulusan hati dan do’a.

7. Sahabat-sahabatku (Ableh,Qidel,Amrul,Andika,Kas,Deny) terima kasih atas persahabatan yang indah selama ini. Tanpa kalian hidupku tidak akan terasa semudah ini. Terima kasih sudah berbagi denganku selama ini. Semoga persahabatan kita akan terjaga selamanya.
8. Teman-teman Manajemen 2005, Terima kasih untuk pertemanannya dan atas bantuan pemikirannya.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.



Jember, Januari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Teoritis dan Empiris.....	7
2.1.1 Pengertian Merek.....	7
2.1.2 Loyalitas Merek.....	9
2.1.3 Tingkatan Loyalitas Merek.....	10
2.2 Kajian Empiris.....	13
2.3 Kerangka Konseptual.....	14
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Rancangan Penelitian.....	16
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	16

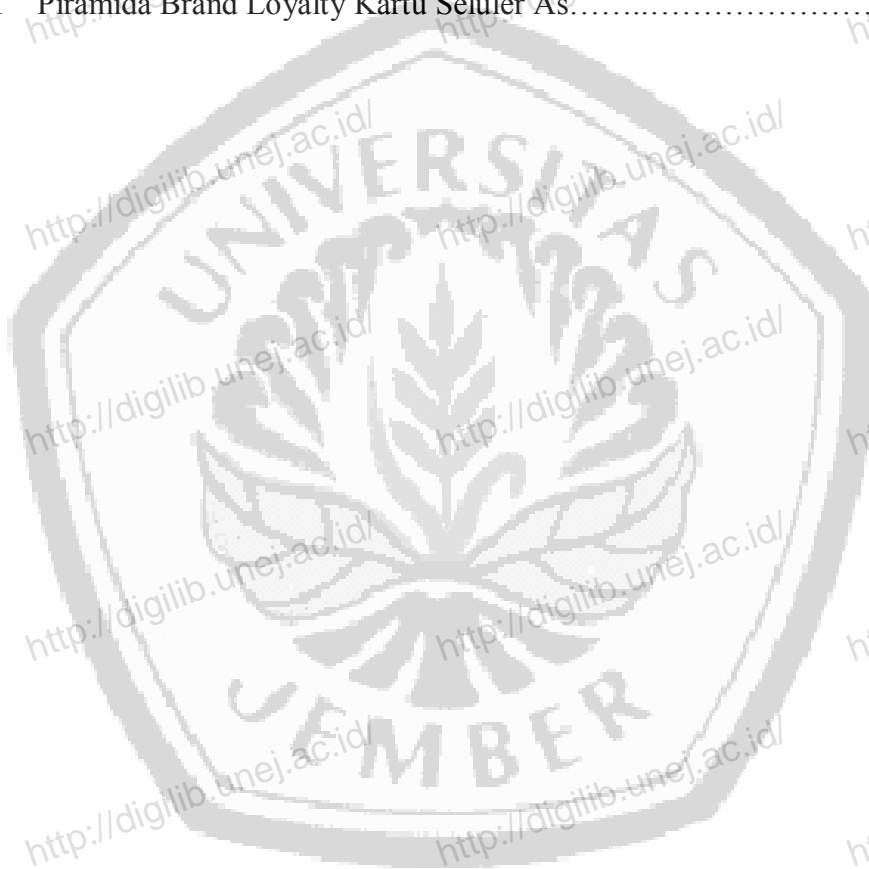
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	16
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	17
3.5 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	18
3.5.1 Identifikasi Variabel.....	18
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	18
3.6 Teknik Pengukuran.....	19
3.7 Teknik Pengujian Instrument Penelitian.....	20
3.7.1 Uji Validitas.....	20
3.7.2 Uji Reliabilitas	21
3.8 Metode Analisis Data	22
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah.....	24
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Hasil Penelitian.....	27
4.1.1 Gambaran Tentang Kartu seluler merek As	27
4.1.2 Karakteristik Responden	28
4.1.3 Uji Instrument Penelitian	29
4.1.4 Hasil Analisis Data	30
4.2 Pembahasan.....	37
4.2.1 Tingkatan <i>Brand Loyalty</i>	37
4.2.2 Matrik Perpindahan Merek	39
4.2.3 Gambaran Piramida <i>Brand Loyalty</i>	40
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

3.1	Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrument	22
4.1	Statistik Deskriptif Demografi Responden.....	28
4.2	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	29
4.3	Analisis Tingkatan Loyalitas Merek-Switcer Pada Kartu Seluler Merek As.....	31
4.4	Analisis Tingkatan Loyalitas Merek-Habitual Buyer Pada Kartu Seluler Merek As.....	32
4.5	Analisis Tingkatan Loyalitas Merek-Satisfiet Pada Kartu Seluler Merek As.....	33
4.6	Analisis Tingkatan Loyalitas Merek- Liking The Brand Pada Kartu Seluler Merek As	34
4.7	Analisis Tingkatan Loyalitas Merek-Committed Buyer Pada Kartu Seluler Merek As.....	35
4.8	Matrik Perpindahan Produk Kartu Seluler Merek As.....	36

DAFTAR GAMBAR

2.1	Nilai Loyalitas Merek.....	10
2.2	Piramida Brand Loyalty.....	12
2.3	Piramida Brand Loyalty Terbalik.....	13
2.4	Kerangka Konseptual Penelitian.....	15
3.1	Kerangka Pemecahan Masalah.....	25
4.1	Piramida Brand Loyalty Kartu Seluler As.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Rekapitulasi Data Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 6 Perhitungan Brand Loyalty

