



**ANALISIS *BRAND LOYALTY* KARTU SELULER MEREK  
MENTARI DAN IM3 PADA KONSUMEN  
DI KECAMATAN SUMBERSARI JEMBER**

**SKRIPSI**

Oleh :

**ROY RINALDY**

**NIM : 080810291102**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**



**ANALISIS *BRAND LOYALTY* KARTU SELULER MEREK  
MENTARI DAN IM3 PADA KONSUMEN  
DI KECAMATAN SUMBERSARI JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

Oleh :

**ROY RINALDY**

**NIM : 080810291102**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS *BRAND LOYALTY* KARTU SELULER MEREK  
MENTARI DAN IM3 PADA KONSUMEN DI KECAMATAN  
SUMBERSARI JEMBER

Nama Mahasiswa : Roy Rinaldy

NIM : 080810291102

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 8 Oktober 2013

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Bambang Irawan, SE, MSi

NIP. 19610317 198802 1 001

Drs. Ketut Indradiningrat, M.Si

NIP. 196 10710 198902 1 002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si

NIP. 19620802 199002 1001

## SURAT PERNYATAAN

Nama : Roy Rinaldy  
NIM : 080810291102  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Analisis *Brand Loyalty* Kartu Seluler Merek Mentari dan IM3  
Pada Konsumen Di Kecamatan Summersai Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 29 Oktober 2013

Yang menyatakan,



Roy Rinaldy

NIM : 080810291102

## JUDUL SKRIPSI

### ANALISIS BRAND LOYALTY KARTU SELULER MEREK MENTARI DAN IM3 PADA KONSUMEN DI KECAMATAN SUMBERSARI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama Mahasiswa : Roy Rinaldy**

**NIM : 080810291102**

**Jurusan : Manajemen**

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

**29 Oktober 2013**

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

### SUSUNAN TIM PENGUJI

**Ketua : Dewi Prihatini, SE, MM, Ph.D (.....)**  
**NIP. 19680329 199303 2 001**

**Sekretaris : Drs. Ketut Indradiningrat, M.Si (.....)**  
**NIP. 19610710 198902 1 001**

**Anggota : Dr. Bambang Irawan, M.Si (.....)**  
**NIP. 19610317 198802 1 001**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

Foto 4 x 6

**Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si**  
**NIP. 19630614 199002 1 001**

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah dengan sepenuh hati dan jiwa kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT atas karunia, rahmat serta hidayah-Nya yang selalu menuntunku, melindungiku, dan menyayangi setiap saat.
2. Mama dan Papa tercinta, Theresia dan Winardi Hasym atas doa, kasih sayang, dan segala bentuk dorongan moril maupun materiil, serta pengorbanan yang diberikan untukku selama ini.
3. Kakakku tercinta, Vivin Valentine dan Albert Continoes atas doa, kasih sayang, segala bentuk dukungan, dan motivasinya
4. Sahabat-sahabatku: Fransiskus Xaverius, Immanuel Eudora, Trianto Tj, dan Calvin Winata, atas dukungan dan semangatnya.
5. Teman-teman satu angkatan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember 2008
6. Guru-guruku terkasih Taman Kanak-Kanak Siswa Rini II, SDK Maria Fatima III Jember, SMPK Maria Fatima Jember, SMAK Santo Paulus Jember dan Dosen Perguruan Tinggi Negeri Universitas Jember yang telah memberikan curahan ilmu dan kesabarannya dalam membimbingku selama ini.
7. Tanah Airku Indonesia dan almamaterku tercinta.

## **M o t t o**

Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua. (Aristoteles)

Kemenangan yang seindah – indahnya dan sesukar – sukarnya yang boleh direbut oleh manusia ialah menundukan diri sendiri.

(Ibu Kartini )

## RINGKASAN

**Analisis *Brand Loyalty* Kartu Seluler Merek Mentari dan IM3 Pada Konsumen Di Kecamatan Sumpalsari Jember;** Roy Rinaldy; 080810291102; 2013; 79 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Penelitian bertujuan untuk mengetahui *brand loyalty* konsumen kartu seluler merek Mentari dan IM3 pada konsumen ditinjau dari *switcher*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand*, dan *committed buyer* dan menganalisis kemungkinan perpindahan merek pada kartu seluler merek Mentari dan IM3 pada konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna kartu seluler merek Mentari dan IM3 di Kecamatan Sumpalsari Jember. Metode sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 200 orang. Variabel yang diteliti adalah tingkatan loyalitas merek (*level of brand loyalty*). Variabel ini terdiri dari lima sub-variabel antara lain: *price* (harga), Tarif SMS (*Short Message Service*), Tarif telepon, Kelengkapan layanan, Sinyal kuat, Masa aktif yang panjang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Rata-rata dan standar deviasi, dan *brand switching pattem matrix*. Berdasarkan hasil analisis dan Piramida *Brand Loyalty* Kartu Seluler Mentari dan IM3, bentuk tingkatan *brand loyalty*-nya mendekati bentuk segitiga terbalik, bagian terbawah dimulai dari tingkatan *switcher*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand*, dan *committed buyer*. Berdasarkan perhitungan kemungkinan perpindahan merek (*Possibility Rate of Transition*) didapatkan hasil bahwa nilai kemungkinan perpindahan merek seluler Mentari lebih besar daripada pengguna kartu seluler IM3. Hal ini juga terlihat dari jumlah prosentasi konsumen yang tidak loyal pada kartu seluler Mentari yang lebih besar dari pada kartu seluler IM3.

**Kata Kunci:** *brand loyalty*, *switcher*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand*, dan *committed*



## SUMMARY

**Analysis Of *Brand Loyalty* Mentari and IM3 Card On Costumers In Distric Sumpersari Jember;** Roy Rinaldy; 080810291102; 2013; pages 79; the Departemen of Management Facukty of Economics Jember University

The research aimed to determine the cellular card consumer brand loyalty Mentari and IM3 brands of consumers in terms of the switcher, habitual buyer, satisfied buyer, liking the brand, and committed buyer and analyze the possible switching of the brand on a mobile card Mentari and IM3 brands consumers. The sampling method used was purposive sampling with the number of respondents is 200. The variables that had been examined ware the degree of brand loyalty (level of brand loyalty). The reseacrh variable consists of five sub-variables, among others: price (the price), rate of SMS (Short Message Service), telephone rates, completeness of service, strong signal, long active period. The method of analysis used in this study are average and standard deviation, and brand switching matrix pattem. Based on the analysis and the Card Mobile Brand Loyalty Pyramid Mentari and IM3, form its level of brand loyalty approached inverted triangle shape, starting at the bottom level switcher, habitual buyer, satisfied buyer, liking the brand, and committed buyer. Based on the calculations the possibility of brand switching (Possibility Rate of Transition) showed that the value of mobile Mentari brand switching probability greater than IM3 cellular card users, it is also evident from the amount of the percentage of consumers who are not loyal to Mentari cellular card that is larger than IM3

**Keywords:** brand loyalty, switcher, habitual buyer, satisfied buyer, liking the brand, dan committed buyer

## **PRAKATA**

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Brand Loyalty Kartu Selular Merek Mentari dan IM3 Pada Konsumen Di Kecamatan Sumbersari Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari berbagai bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dr. Bambang Irawan, SE, M.Si. dan Drs. Ketut Indradiningrat, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan pengarahan, serta saran sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
4. Seluruh dosen dan karyawan program studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Mama dan papaku tercinta, terima kasih atas segala perjuangan, do'a, motivasi, kasih sayang, dan semangat tiada henti yang telah diberikan sepenuh hati.
6. Kakak - kakakku tersayang terima kasih atas nasihat dan semangatnya.

7. Saudara – saudara UKM Sport Cabang Basket Universitas Jember dan UKM Sports Cabang Basket Fakultas Ekonomi, terima kasih telah menorehkan kenangan-kenangan indah selama tournament dan event yang telah kita lalui di dalam dan di luar Kota Jember.
8. Seluruh teman-teman Program Studi S-1 Manajemen angkatan 2008.
9. Teman – teman KK di PT. YOSCO UTAMA Jember, Taufan Chandra, Dimas Tri Yulianto, Immanuel Eudora, dan seluruh karyawan PT. YOSCO UTAMA Jember. Terima kasih atas keseruan, keasyikan dan juga kerjasamanya selama 45 hari di kantor.
10. Seluruh karyawan PT. INDOSAT Gajah Mada Jember. Terima kasih untuk kesediaan menjadi objek dalam penelitian Skripsi saya serta kerjasama dan dukungan yang diberikan.
11. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kekurangan penulisan skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 29 Oktober 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>ix</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Kajian Teoritis .....	8
2.1.1 Pengertian Merek.....	8
2.1.2 Loyalitas Merek .....	9
2.1.3 Tingkatan Loyalitas merek .....	11
2.1.4 Segmentasi Pasar .....	13
2.2 Kajian Empiris .....	14
2.3 Kerangka Konseptual .....	17
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>18</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	18
3.2 Jenis Data dan Sumber Data .....	18
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	18
3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	19
3.5 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel .....	20
3.5.1 Identifikasi Variabel .....	20
3.5.2 Definisi Operasional Variabel .....	21
3.6 Teknik Pengukuran .....	22

3.7	Teknik Pengujian Instrumen Penelitian .....	23
3.8	Metode Analisis Data .....	25
3.9	Kerangka Pemecahan Masalah .....	27
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>29</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	29
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	34
4.1.2	Profil Kecamatan Sumbersari .....	34
4.1.3	Profil Responden .....	36
4.1.4	Uji Instrumen .....	34
4.1.5	Analisis Data .....	34
4.1.5.1	Analisis Brand Loyalty .....	36
4.1.5.2	Piramida Brand Loyalty .....	36
4.1.5.3	Matrik Perpindahan Merek ( <i>Brand Switchinh Pattern Matrix</i> ) .....	36
4.2	Pembahasan .....	48
4.2.1	Tingkatan Brand Loyalty .....	32
4.2.2	Perpindahan Merek ( <i>Brand Switching</i> ) .....	48
4.3	Keterbatasan .....	53
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>54</b>
5.1	Kesimpulan .....	54
5.2	Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>56</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>		<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
1.1 Perusahaan Operator Seluler yang Beroperasi di Jember .....	2
1.2 Jumlah Penduduk di Kecamatan Summersari Hasil SP 201.....	3
2.1 Rekapitulasi Penelitian Terdahulu .....	16
3.1 Jumlah Pelanggan Kartu Prabayar IM3, MENTARI, dan SIMPATI Operator di Jember .....	19
4.1 Karakteristik Responden .....	35
4.2 Uji Validitas <i>Product Moment</i> Merek Mentari dan IM3 .....	36
4.3 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas .....	37
4.4 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek - <i>Switcher</i> .....	38
4.5 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek - <i>Habitual Buyer</i> .....	39
4.6 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek - <i>Satisfied Buyer</i> .....	41
4.7 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek - <i>Liking The Brand</i> .....	42
4.8 Analisis Tingkatan Loyalitas Merek – <i>Committed Buyer</i> .....	44
4.9 Matrik Perpindahan Kartu Seluler Merek Mentari dan IM3 .....	47
4.10 Kemungkinan Perpindahan Merek ( <i>Possible Rate Of Transition</i> ).....	47

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
2.1 Nilai Loyalitas Merek.....	10
2.2 Piramida <i>Brand Loyalty</i> .....	12
2.3 Piramida <i>Brand Loyalty</i> Terbalik .....	12
2.4 Dua Pendekatan Utama Pada Segmentasi Pasar .....	14
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian.....	17
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	27
4.1 Piramida <i>Brand Loyalty</i> Kartu Seluler Mentari.....	45
4.2 Piramida <i>Brand Loyalty</i> Kartu Seluler IM3.....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
1 Kuisisioner.....	58
2 Data Responden .....	61
3 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	65
4 Alasan Menggunakan Kartu .....	69
5 Uji Validitas .....	73
6 Uji Realibilitas .....	74
7 Hasil Perhitungan.....	75
8 Matrik Perpindahan Merek .....	75
9 Frekuensi Pengisian Pulsa .....	76