



**ANALISIS *BRAND LOYALTY* PADA PRODUK PASTA GIGI MEREK  
PEPSODENT**

**(Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Reguler  
Angkatan 2005-2007 Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Jember)**

**PROPOSAL SKRIPSI**

**Oleh :  
DAVID ZULKIFLI A  
030210301377**

**Dosen Pembimbing :**  
**I. Drs. Joko Widodo, M.M**  
**II. Drs. Pramono Adi S, M.Si**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2008**



**ANALISIS *BRAND LOYALTY* PADA PRODUK PASTA GIGI  
MEREK PEPSODENT  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi  
Reguler Angkatan 2005-2007 Jurusan Pendidikan IPS FKIP  
Universitas Jember)**

**SKRIPSI**

diajukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan  
pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan  
Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

**Oleh :  
DAVID ZULKIFLI A  
030210301377**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2008**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- Ibundaku Suwarsih terimakasih atas segala pengorbanan Ibu, dari Ibu saya belajar arti kehidupan dan keteguhan hati. Semua ketulusan ibu adalah utang yang tidak pernah ibu minta, tetapi ananda tidak akan pernah sanggup untuk membayarnya;
- Ayahanda H.M.Kusnan yang telah mendoakan dan memberikan kasih sayang. Ayahlah guru terbaik yang pernah kumiliki, membimbing dengan penuh kesabaran dan mengajar dengan rasa cinta;
- Mbak Iit dan Mbak Atik yang selalu mendorongku untuk segera berkarya
- Para guruku sejak TK hingga PT terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran;
- Sobat dan temanku yang menemani dalam menyelami lautan hikmah dan perjuangan dalam menuntut ilmu di Jember (Anas gembul, Ipang does, Yani zur, Paong, Ratna, Mufidah, Wahyu, Wi2n, Satria, Lucik, Eko, Puguh, Lastin, Mita, Tedy, dan semua teman PE “02”, ”03”, ”04”, ”05”, ”06”;
- ”Marmoet” yang mengajakku untuk selalu bangkit dan menjawab tantangan
- Abang Krisna yang begitu sabar dan bijak, *thanks for all* & Mas Widya yang begitu tekun menafsir kitab ”perfect” makasih atas petuahnya dan tidak lupa terimakasih atas doa semua teman pengajian di mastrip;
- Keluarga besar Bapak dan Ibu, dimanapun kalian berada matur suwun
- Teman kos ”Graha Dewi Sri”: Bang Yo, Gin boy, Bang Yan, Oky, Bush, Rico1&2, Diko, Ari, Deni, Agus, Andre dan keluarga Pa Yasa;
- Almamater yang kubanggakan Universitas Jember;

## **MOTTO**

**Kebersihan sebagian dari iman.**

(Hadis Nabi)

**Membuat orang lain membeli produk anda adalah satu hal, namun mengukir tato nama anda di badan mereka adalah hal lain lagi.**

(Jeff Bleustein)

**Bila anda mempelajari kebenaran, tetapi tidak mengalami perubahan hidup, maka hanya ada dua kemungkinan. *Pertama*, Anda tidak sungguh sungguh belajar. *Kedua*, yang anda pelajari bukan kebenaran.**

(Paul Hidayat)

**"Orang pesimis melihat kesulitan di setiap kesempatan. Orang optimis melihat kesempatan di setiap kesulitan".**

(Winston Churchill)

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama : David Zulkifli A**

**NIM : 03021030201377**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: **“ANALISIS BRAND LOYALTY PADA PRODUK PASTA GIGI MEREK PEPSODENT (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Reguler Angkatan 2005-2007 Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Jember)”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 24 Juni 2008

David Zulkifli A

Nim. 030210301377

# PERSETUJUAN

## ANALISIS *BRAND LOYALTY* PADA PRODUK PASTA GIGI MEREK PEPSODENT

(Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Reguler  
Angkatan 2005-2007 Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Jember)

### SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat-syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS (S 1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh :

Nama Mahasiswa : David Zulkifli A  
NIM : 030210301377  
Angkatan : 2003  
Daerah Asal : Dsn Kecicang Islam, Bebandem, Karangasem  
Tempat / Tgl Lahir : Ds Gedeg, 08 Mei 1984  
Jurusan / Prog. Studi : Pend. IPS / Pend. Ekonomi

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Joko Widodo, M.M.  
NIP.131 601 514

Drs. Pramono Adi S, M.Si  
NIP. 131 658 014

## HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji dan diterima oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Pada hari : Selasa

Tanggal : 24 Juni 2008

Tempat : Gedung I FKIP Universitas Jember

Tim Penguji :

Ketua

Sekretaris

Drs.Sri Wahyuni, M.Si  
NIP. 131 386 651

Drs.Pramono Adi S, M.Si  
NIP. 131 658 014

Anggota :

1. Drs.H. Sutrisno Djaja, M.M ( ..... )  
NIP. 130 570 077
2. Drs. Joko Widodo, M.M ( ..... )  
NIP. 131 601 514

Mengetahui  
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Drs. Imam Muchtar, SH. M.Hum  
NIP. 130 810 936

## PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “ANALISIS *BRAND LOYALTY* PADA PRODUK PASTA GIGI MEREK PEPSODENT (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Reguler Angkatan 2005-2007 Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Jember)”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Drs. H. Imam Muchtar, SH. M.Hum, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Budiyo, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dra. Sri Wahyuni, M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Pramono Adi S, M.Si selaku Dosen Pembimbing II;
5. Teman teman di Jurnal PE dan PIJAR Pendidikan
6. Pihak-pihak yang telah banyak membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk kalian semua.

Keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis menyebabkan skripsi belum sempurna, Maka dari itu Penulis menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, Juni 2008

David Zulkifli A



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DENAH LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Pokok Permasalahan .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.3.1 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.3.2 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Batasan Masalah .....</b>	<b>10</b>
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Tinjauan Penelitian terdahulu.....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Landasan Teori .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2.1 Pemasaran.....</b>	<b>13</b>

2.2.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.2.3 Ruang Lingkup Merek .....	23
2.2.4 Loyalitas Merek.....	28
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	34
3.2 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian .....	35
3.3 Penentuan Responden Penelitian .....	35
3.4 Data dan Sumber Data .....	36
3.4.1 Data.....	36
3.4.2 Sumber Data .....	37
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5.1 Metode Observasi.....	37
3.5.2 Metode Angket.....	38
3.5.3 Metode Wawancara .....	38
3.5.4 Metode Dokumentasi .....	38
3.6 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.6.1 Identifikasi Variabel .....	38
3.6.2 Definisi Operasional Variabel .....	39
3.7 Teknik Pengolahan Data .....	40
3.7.1 Editing .....	40
3.7.2 Skoring .....	40
3.7.3 Tabulasi.....	40
3.8 Metode Analisis Data dan Kerangka Pemecahan Masalah...	40
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	41
3.8.2 Analisis Tingkatan <i>Brand Loyalty</i> .....	41
3.8.3 Kerangka Pemecahan Masalah.....	44

<b>BAB 4. PEMBAHASAN</b> .....	<b>46</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian</b> .....	<b>46</b>
<b>4.1.1 Sekilas Tentang Pepsodent</b> .....	<b>46</b>
<b>4.1.2 Gambaran Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Reguler ...</b>	<b>48</b>
<b>4.2 Karakteristik Responden</b> .....	<b>49</b>
<b>4.3 Analisis Data</b> .....	<b>52</b>
<b>4.3.1 Analisis Deskriptif Tingkatan <i>Brand Loyalty</i></b> .....	<b>52</b>
<b>4.3.2 Analisis <i>Brand Loyalty</i></b> .....	<b>56</b>
<b>4.3.3 Analisis <i>Brand Switching Patern Matrix</i></b> .....	<b>65</b>
<b>4.3.3 Piramida <i>Brand Loyalty</i></b> .....	<b>66</b>
<b>4.4 Pembahasan</b> .....	<b>67</b>
<b>4.4.1 Pembahasan Tingkatan <i>Brand Loyalty Pepsodent</i></b> .....	<b>67</b>
<b>4.4.2 Pembahasan <i>Brand Switching Patern Matrix Pepsodent</i></b>	<b>71</b>
<b>4.4.3 Pembahasan Piramida <i>Brand Loyalty</i></b> .....	<b>71</b>
 <b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	 <b>73</b>
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	<b>73</b>
<b>5.2 Saran</b> .....	<b>74</b>

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	: Populasi responden pengguna pasta gigi merek Pepsodent	36
Tabel 4.1	: Jumlah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Reguler FKIP Universitas Jember yang menggunakan pasta gigi merek Pepsodent	49
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan angkatan	50
Tabel 4.3	: Klasifikasi frekuensi responden menggosok gigi	50
Tabel 4.4	: Frekuensi responden membeli pasta gigi merek Pepsodent	51
Tabel 4.5	: Deskripsi pertanyaan berkaitan dengan <i>Switcher buyer</i>	52
Tabel 4.6	: Deskripsi pertanyaan berkaitan dengan <i>Habitual buyer</i>	53
Tabel 4.7	: Deskripsi pertanyaan berkaitan dengan <i>Satisfied buyer</i>	54
Tabel 4.8	: Deskripsi pertanyaan berkaitan dengan <i>Liking of the brand</i>	54
Tabel 4.9	: Deskripsi pertanyaan berkaitan dengan <i>Committed buyer</i>	55
Tabel 4.10	: <i>Switcher Brand Loyalty</i> pasta gigi merek Pepsodent	56
Tabel 4.11	: <i>Habitual buyer Brand Loyalty</i> pasta gigi merek Pepsodent	58
Tabel 4.12	: <i>Satisfied buyer Brand Loyalty</i> pasta gigi merek Pepsodent	60
Tabel 4.13	: <i>Liking of the Brand</i> pasta gigi merek Pepsodent	62
Tabel 4.14	: <i>Committed buyer Brand loyalty</i> pasta gigi merek Pepsodent	63
Tabel 4.15	: Matrik Perpindahan merek Pepsodent	65
Tabel 4.16	: <i>Possibility of Rate Transition</i>	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen .....	17
Gambar 2.2 Nilai Loyalitas Merek.....	30
Gambar 2.3 Piramida <i>Brand Loyalty</i> Segi Tiga Sempurna.....	32
Gambar 2.4: Piramida <i>Brand Loyalty</i> Segitiga Terbalik.....	33
Gambar 3.1 Urutan Penelitian <i>Brand Loyalty</i> .....	44
Gambar 4.1 Posisi <i>switcher buyer</i> dalam piramida <i>brand loyalty</i> .....	58
Gambar 4.2 Posisi <i>habitual buyer</i> dalam piramida <i>brand loyalty</i> .....	59
Gambar 4.3 Posisi <i>satisfied buyer</i> dalam piramida <i>brand loyalty</i> .....	61
Gambar 4.4 Posisi <i>liking of the brand</i> dalam piramida <i>brand loyalty</i> .....	63
Gambar 4.5 Posisi <i>committed buyer</i> dalam piramida <i>brand loyalty</i> .....	64
Gambar 4.6 Piramida <i>Brand Loyalty</i> Pepsodent .....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran A Matrik Penelitian**

**Lampiran B Daftar Responden**

**Lampiran C Angket Penelitian**

**Lampiran D Tuntunan Penelitian**

**Lampiran E Tuntunan Wawancara**

**Lampiran F Ijin Penelitian**

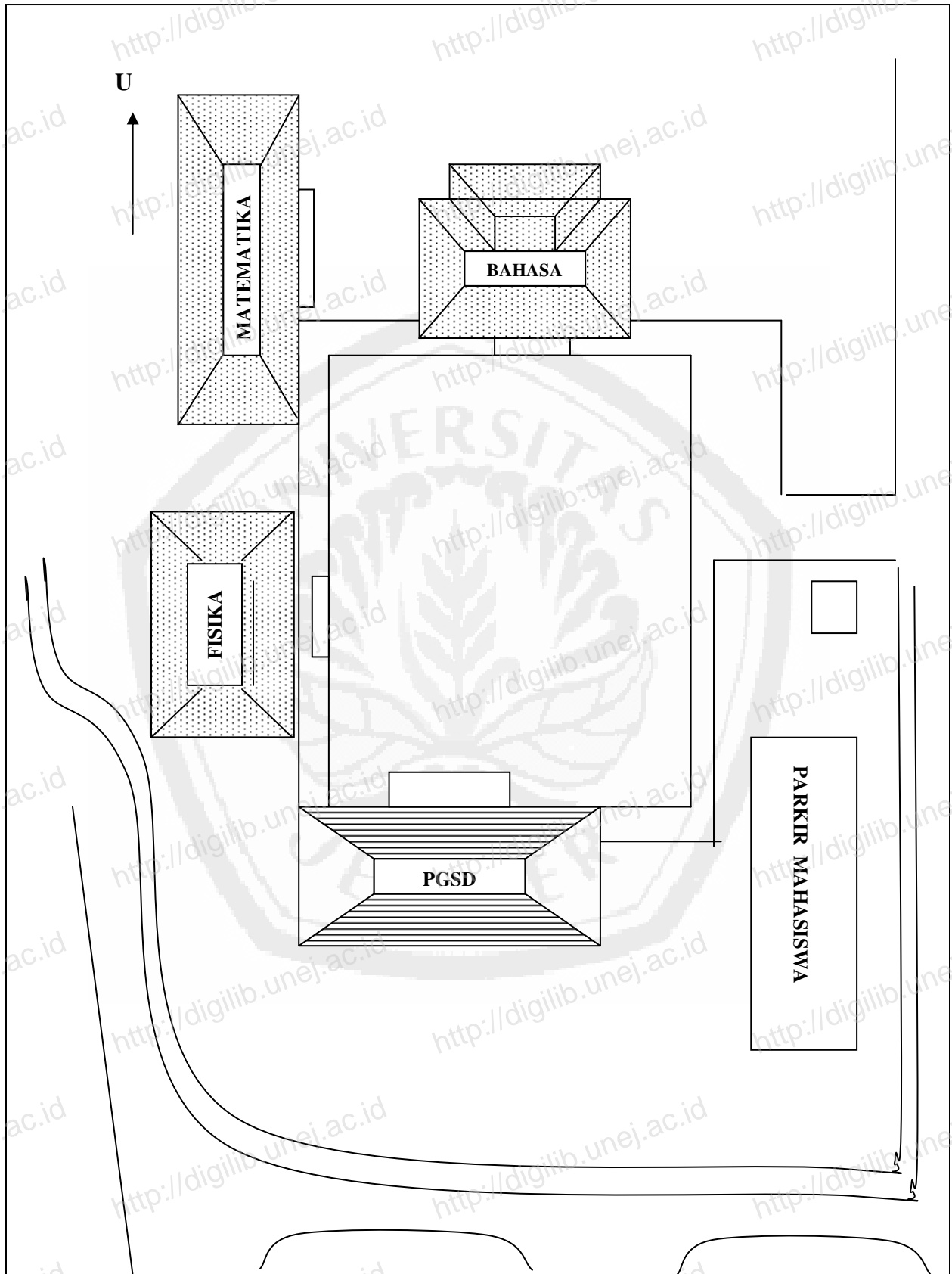
**Lampiran G Lembar Konsultasi**

**Lampiran H Foto Penelitian**

**Lampiran I Contoh Hasil Wawancara**

**Lampiran J Daftar Riwayat Hidup**





Sumber: Bagian Perlengkapan FKIP UNEJ

## RINGKASAN

### **Analisis *Brand Loyalty* pada Produk Pasta Gigi Merek Pepsodent (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Reguler Angkatan 2005-2007, Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Jember).**

David Zulkifli A, 030210301377, 2008, 75 halaman; Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Jember.

Fenomena persaingan bebas semakin mengarahkan sistem perekonomian ke arah sistem perekonomian yang berbasis pada perekonomian pasar. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan konsumen yang setia dan loyal. Salah satu karakteristik dari konsumen yang loyal adalah dengan melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Loyalitas konsumen bisa terjadi dalam bermacam produk, tidak terkecuali dalam produk *toiletries* seperti pasta gigi. Pasta gigi yang menjadi obyek penelitian disini adalah pasta gigi merek Pepsodent, dengan menggunakan sampel penelitian mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Reguler Angkatan 2005-2007, Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Jember sebanyak 92 orang.

Penelitian ini meneliti tingkatan *brand loyalty* pasta gigi merek Pepsodent yang meliputi *switcher buyer*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking of the brand*, dan *committed buyer*. Selain itu peneliti membahas bagaimana kemungkinan terjadinya perpindahan merek dan bagaimana gambaran piramida *brand loyalty* pada konsumen pengguna pasta gigi merek Pepsodent di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Reguler Angkatan 2005-2007, Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Jember.

*Brand Loyalty* Merek Pepsodent di posisi *switcher* menunjukkan angka yang kecil, yaitu sebesar 4,34 %. Tingkat *habitual buyer* menunjukkan hasil sebesar 55,5 %, sedangkan pada tingkat *satisfied buyer* dan *liking of the brand* menunjukkan angka yang cukup tinggi, yaitu pada tingkatan *Satisfied buyer* responden Pepsodent



yang berada pada tingkatan ini sebesar 57,6 % atau sebanyak 53 orang. Pepsodent memiliki konsumen paling banyak pada tingkat *Liking of the Brand*. Sejumlah 55 orang (59%) dari 92 responden merasa benar-benar menyukai merek Pepsodent. Pada tingkatan *committed buyer*, jumlah konsumen yang benar benar berada pada tingkatan paling loyal hanya sebesar 8,6 % atau sebanyak 8 dari 92 orang responden.

Sehingga dapat disimpulkan responden pasta gigi merek Pepsodent di kalangan mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS, Program Studi Pendidikan Ekonomi Reguler, angkatan 2005-2007 Universitas Jember melakukan pembelian pasta gigi Pepsodent karena mereka puas dan benar-benar menyukai merek tersebut. Kemungkinan terjadinya perpindahan merek pada konsumen pasta gigi merek Pepsodent ke pasta gigi merek lain cukup kecil. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Pro T* Pepsodent yang hanya sebesar 14%.

Piramida *brand loyalty* Pepsodent berbentuk semakin ke atas semakin melebar. Kondisi ini sudah cukup baik, Walaupun pada tingkat *committed buyer*, besar prosentase yang diharapkan tinggi menunjukkan hasil yang kecil. Hasil penelitian elemen *brand loyalty* terhadap pasta gigi merek Pepsodent menunjukkan *brand loyalty* dari konsumen Pepsodent yang cukup kuat.

Kata kunci : Tingkatan *brand loyalty*, *brand switching patern matrix*, piramida *brand loyalty*