

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat *brand loyalty* konsumen atas sabun cair Lifebuoy dan sabun cair Lux yang meliputi *switcher buyer*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking of the brand*, dan *committed buyer* atas sabun cair Lifebuoy dan sabun cair Lux. Hampir 70% pasar sabun mandi cair (*toiletries*) dikuasai oleh sabun cair Lifebuoy dan Lux dari tahun 2008 sampai 2011. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dalam kategori *the purpose of the study*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan *non-probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Data yang diperoleh diolah menggunakan program SPSS 11.5 yaitu uji normalitas, uji validitas, dan uji realibilitas. Hasil penelitian atas 150 orang responden menunjukkan bahwa: Sabun cair Lifebuoy dan Lux mempunyai konsumen yang paling banyak pada tingkat *satisfied buyer*. Dengan *prosentase statisfield buyer* sebesar 55.33% untuk sabun cair Lifebuoy dan 53% untuk sabun cair Lux, sehingga dapat disimpulkan *brand equity* dan tingkat *brand loyalty*-nya kurang baik atau sedang-sedang saja. *Prosentase switcher buyer*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking of the brand*, dan *committed buyer* atas sabun cair merek Lifebuoy dan Lux berturut-turut adalah 39.56%, 31.66%, 55.33%, 35,33%, 34.45% dan 38.98%, 34%, 53%, 46%, 39,33%, sehingga kedua perusahaan sabun cair ini harus mencari strategi-strategi agar dapat meningkatkan loyalitas sabun cair mereka.

Kata kunci : *Brand Equity*, tingkat *Brand Loyalty*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Merek	10
2.1.2 <i>Brand Image</i>	13
2.1.3 <i>Brand Equity</i>	15
2.1.4 <i>Brand Loyalty</i>	17
2.2 Kerangka Pemikiran	29
2.3 Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Objek Penelitian	26
3.2 Metode Penelitian	26
3.3 Definisi Operational Variabel	28
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.4.1 Metode Pengambilan Sampel	29
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5.1 Skala Pengukuran	31
3.5.2 Uji Pendahuluan	32
3.5.2.1 Uji Normalitas	32
3.5.2.2 Uji Validitas	33
3.5.2.3 Uji Reliabilitas	34
3.6 Metode Analisis Data	36
3.6.1 Kriteria Pengujian Hipotesis	37
BAB IV PERHITUNGAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Responden	38
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin sabun cair Lifebuoy dan Lux	39
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia sabun cair Lifebuoy dan Lux	40

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran sabun cair Lifebuoy dan Lux	41
4.2 Pernyataan Responden Terhadap Tingkat <i>Brand Loyalty</i> Pada Produk Sabun Cair Lifebuoy dan Lux	43
4.3 Uji Normalitas	73
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	74
4.4.1 Uji Validitas	75
4.4.1 Uji Reliabilitas	79
4.5 Penghitungan Prosentase	89
4.6 Pembahasan	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Piramida Loyalitas Merek	20
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4.1	<i>P-Chart</i> Tingkat <i>Brand Loyalty</i> Sabun Cair Lifebuoy	94
Gambar 4.2	<i>P-Chart</i> Tingkat <i>Brand Loyalty</i> Sabun Cair Lux	94

DAFTAR TABEL

Tabel I	<i>Market Share</i> Sabun Mandi Cair	7
Tabel II	<i>Top Brand Index</i>	7
Tabel III	Definisi Merek Menurut Para Ahli	12
Tabel IV	Variabel Tingkat <i>Brand Loyalty</i>	28
Tabel V	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Sabun Cair Lifebuoy	39
Tabel VI	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Sabun Cair Lux	39
Tabel VII	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Sabun Cair Lifebuoy	40
Tabel VIII	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Sabun Cair Lux	40
Tabel IX	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Sabun Cair Lifebuoy	41
Tabel X	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Sabun Cair Lux	42
Tabel XI	Pernyataan Responden Terhadap Berpindah Ke Merek Sabun Cair Karena Faktor Harga (Lifebuoy)	43
Tabel XII	Pernyataan Responden Terhadap Berpindah Ke Merek Sabun Cair Karena Faktor Harga (Lux)	44
Tabel XIII	Pernyataan Responden Terhadap Berpindah Ke Merek Sabun Cair Karena Faktor Diskon (Lifebuoy)	45

Tabel XIV	Pernyataan Responden Terhadap Berpindah Ke Merek Sabun Cair Karena Faktor Diskon (Lux)	46
Tabel XV	Pernyataan Responden Terhadap Berpindah Ke Merek Sabun Cair Karena Faktor Tidak Tersedianya di Toko (Lifebuoy)	47
Tabel XVI	Pernyataan Responden Terhadap Berpindah Ke Merek Sabun Cair Karena Faktor Tidak Tersedianya di Toko (Lux)	48
Tabel XVII	Pernyataan Responden Setuju Bahwa Membeli Sabun Cair Merek Lifebuoy Hanya Karena Kebiasaan	49
Tabel XVIII	Pernyataan Responden Setuju Bahwa Membeli Sabun Cair Merek Lux Hanya Karena Kebiasaan	50
Tabel XIX	Pernyataan Cocok Menggunakan Sabun Cair Merek Lifebuoy Sehingga Malas Untuk Menggantinya	51
Tabel XX	Pernyataan Responden Cocok Menggunakan Sabun Cair Merek Lux Sehingga Malas Untuk Menggantinya	52
Tabel XXI	Pernyataan Responden Cocok Menggunakan Sabun Cair Merek Lifebuoy Karena Banyak Orang Menggunakannya	53
Tabel XXII	Pernyataan Responden Cocok Menggunakan Sabun Cair Merek Lux Karena Banyak Orang yang Menggunakannya	54
Tabel XXIII	Pernyataan Responden Puas akan Kemampuan Sabun Cair Lifebuoy yang Dapat Mengharumkan Badan	55
Tabel XXIV	Pernyataan Responden atas Kemampuan Sabun Cair Lux yang Dapat Mengharumkan Badan	56

Tabel XXV	Pernyataan Responden Puas Atas Kemampuan Sabun Cair Lifebuoy dalam Mengatasi Kuman	57
Tabel XXVI	Pernyataan Responden Puas Atas Kemampuan Sabun Cair Lux dalam Mengatasi Kuman	58
Tabel XXVII	Pernyataan Responden Puas Atas Kesehatan Badan Setelah Menggunakan Sabun Cair Lifebuoy	59
Tabel XXVIII	Pernyataan Responden Puas Atas Kesehatan Badan Setelah Menggunakan Sabun Cair Lux	60
Tabel XXIX	Pernyataan Responden Benar-Benar Menyukai Sabun Cair Merek Lifebuoy Karena Kualitasnya Baik	61
Tabel XXX	Pernyataan Responden Benar-Benar Menyukai Sabun Cair Merek Lux Karena Kualitasnya Baik	62
Tabel XXXI	Pernyataan Responden Benar-Benar Suka Pada Sabun Cair Merek Lifebuoy Karena Terkenal	63
Tabel XXXII	Pernyataan Responden Benar-Benar Suka Pada Sabun Cair Merek Lux Karena Terkenal	64
Tabel XXXIII	Pernyataan Responden Benar-Benar Suka Pada Sabun Cair Merek Lifebuoy Karena Mencerminkan Merek Berkelas	65
Tabel XXXIV	Pernyataan Responden Benar-Benar Suka Pada Sabun Cair Merek Lux Karena Mencerminkan Merek Berkelas	66
Tabel XXXV	Pernyataan Responden Pernah Merekomendasikan ke Orang Lain Untuk Membeli Sabun Cair Merek Lifebuoy	67

Tabel XXXVI	Pernyataan Responden Pernah Merekomendasikan ke Orang Lain Untuk Membeli Sabun Cair Merek Lux	68
Tabel XXXVII	Pernyataan Responden Pernah Merasa Bangga Menggunakan Sabun Cair Merek Lifebuoy	69
Tabel XXXVIII	Pernyataan Responden Pernah Merasa Bangga Menggunakan Sabun Cair Merek Lux	70
Tabel XXXIX	Pernyataan Responden Pernah Merasa Percaya Diri Menggunakan Sabun Cair Merek Lifebuoy	71
Tabel XL	Pernyataan Responden Pernah Merasa Percaya Diri Menggunakan Sabun Cair merek Lux	72
Tabel XLI	Uji Normalitas Dengan <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i> Sabun Cair Lifebuoy	73
Tabel XLII	Uji Normalitas Dengan <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i> Sabun Cair Lux	74
Tabel XLIII	Analisa Validitas Awal <i>KMO</i> dan <i>Barlett's Test</i> Sabun Cair Lifebuoy	75
Tabel XLIV	Analisa Validitas Awal <i>KMO</i> dan <i>Barlett's Test</i> Sabun Cair Lux	75
Tabel XLV	Hasil Uji Validitas Awal Sabun Cair Lifebuoy	76
Tabel XLVI	Hasil Uji Validitas Awal Sabun Cair Lux	77
Tabel XLVII	Hasil Uji Validitas Akhir Sabun Cair Lifebuoy	78
Tabel XLVIII	Hasil Uji Validitas Akhir Sabun Cair Lux	79
Tabel XLIX	Hasil Uji Reliabilitas <i>Switcher Buyer</i> Sebelum Seleksi <i>item</i> Sabun Cair Lifebuoy	80

Tabel L	Hasil Uji Reliabilitas <i>Switcher Buyer</i> Sesudah Seleksi <i>item</i> Sabun Cair Lifebuoy	81
Tabel LI	Hasil Uji Reliabilitas <i>Switcher Buyer</i> Sebelum Seleksi <i>item</i> Sabun Cair Lux	81
Tabel LII	Hasil Uji Reliabilitas <i>Switcher Buyer</i> Sesudah Seleksi <i>item</i> Sabun Cair Lux	82
Tabel LIII	Hasil Uji Reliabilitas <i>Habitual Buyer</i> Sabun Cair Lifebuoy	83
Tabel LIV	Hasil Uji Reliabilitas <i>Habitual Buyer</i> Sebelum Seleksi <i>item</i> Sabun Cair Lux	83
Tabel LV	Hasil Uji Reliabilitas <i>Habitual Buyer</i> Sesudah Seleksi <i>item</i> Sabun Cair Lux	84
Tabel LVI	Hasil Uji Reliabilitas <i>Satisfield Buyer</i> Sabun Cair Lifebuoy	85
Tabel LVII	Hasil Uji Reliabilitas <i>Satisfield Buyer</i> Sabun Cair Lux	85
Tabel LVIII	Hasil Uji Reliabilitas <i>Liking of The Brand</i> Sabun Cair Lifebuoy	86
Tabel LIX	Hasil Uji Reliabilitas <i>Liking of The Brand</i> Sabun Cair Lux	87
Tabel LX	Hasil Uji Reliabilitas <i>Commited Buyer</i> Sabun Cair Lifebuoy	87
Tabel LXI	Hasil Uji Reliabilitas <i>Commited Buyer</i> Sabun Cair Lux	88
Tabel LXII	Frekuensi Sabun Cair Lifebuoy	89

Tabel LXIII	Frekuensi Sabun Cair Lux	89
Tabel LXIV	<i>Prosentase</i> Sabun Cair Lifebuoy	90
Tabel LXV	<i>Prosentase</i> Sabun Cair Lux	91
Tabel LXVI	Hasil Tingkat <i>Brand Loyalty</i> Sabun Cair Lifebuoy dan Lux	93

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	HASIL SPSS
LAMPIRAN 3	JURNAL ACUAN