

**ANALISIS CITRA MEREK DAN TINGKAT LOYALITAS  
MEREK PADA PRODUK CREAM DETERGENT B-29  
PT.SINAR ANTJOL**

Yeni Yanah – 0700683042

Diana Novita – 0700683055

**ABSTRAK**

PT.Sinar Antjol adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang Manufaktur. Kondisi lingkungan bisnis yang tidak menentu adalah suatu tantangan bagi setiap perusahaan untuk bertahan dalam persaingan dengan perusahaan yang bergerak pada bidang yang sama, baik yang sudah lama beroperasi maupun yang baru beroperasi atau baru masuk pasar. Melihat hal tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang kesan suatu merek dari produk *cream detergent* B-29 dan untuk mengetahui juga sejauh mana tingkat loyalitas merek konsumen terhadap produk *cream detergent* B-29.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan penelitian studi kasus, penarikan sampel secara khusus berdasarkan sampel kebetulan (*sampling aksidental*). Pengolahan data untuk realibilitas asosiasi merek dilakukan dengan metode "Hyot", analisis asosiasi yang membentuk cira merek dilakukan dengan uji "Cochran", sedangkan untuk tingkat loyalitas merek pengolahan datanya menggunakan skala " Likert", analisisnya menggunakan hitungan hitungan rata-rata dan simpangan baku (*Standar deviasi*).

Berdasarkan hasil analisis didapatkan citra merek dan produk *cream detergent* B-29 adalah dari 100 responden : Mudah didapat dan tersedia luas , harga terjangkau, produk lokal , tayangan iklan yang menarik, tersedia dalam kemasan kecil , kualitas prima dan berkelas, sedangkan untuk analisis tingkat loyalitas merek pada tingkat dasar *Switcher, Habitual Buyer, Satisfied Buyer Likes the Brand* dan tingkat yang kelima yaitu *Committed Buyer* .

Berdasarkan tanggapan konsumen-konsumen yang telah mengisi kuesioner tentang citra merek dan tingkat lyalitas merek pada produk *cream* deterjen B-29 didapatkan saran atau masukan bagi perusahaan diantaranya adalah perusahaan harus dapat menayangkan iklan dan menarik, sehingga iklan yang ditayangkan dapat mendapatkan perhatian di hati konsumen, yang akan membawa dampak kepada konsumen untuk berinisiatif melakukan keputusan pembelian.

**Kata Kunci :**

Citra merek, Tingkat Loyalitas Merek

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya serta orang tua yang memberikan dukungan moril dan materi, sehingga penyusunan skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Bina Nusantara.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Bapak Prof. Dr. Drs. Gerardus Polla, M.App. Sc., Rektor Universitas Bina Nusantara.
- Bapak E.A. Kuncoro SE., MM, Dekan Fakultas Ekonomi
- Bapak Idris Gautama So, SE., S.Kom., MM., Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara.
- Bapak Onny Juwono, Drs., MM, Selaku dosen pembimbing.
- Ibu Dewi Anggreini, S.H, Selaku Personalia dan G A Manager PT. Sinar Antjol yang memberikan izin untuk melakukan penelitian dan meluangkan waktunya untuk wawancara dan juga memberikan data yang sangat bermanfaat dalam proses pengerjaan skripsi ini.
- Bapak Kaliaga Selaku Manager Export PT.Sinar Antjol yang banyak memberikan kami masukan-masukan dalam proses pengerjaan skripsi.
- Kepada teman-teman : Juniaty, Suherli Berron weol,S.E, Dedy, Dephiw dan Anissa teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas doa dan bantuannya

Oleh karena itu penulis menerima dengan terbuka atas kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa dapat membalas segala bantuan dan dukungan yang telah mereka berikan kepada penulis.

Jakarta, 6 Agustus 2007

Penyusun,

(Yeni Yanah dan Diana Novita)

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
<b>Bab 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	3
1.4 Sistematika Penulisan	4
<b>Bab 2. LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Landasan Teori	
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Manajemen Pemasaran	6
2.1.3 Bauran Pemasaran	7

2.1.4 Pengertian Produk	8
2.1.5 Diferensiasi Produk	9
2.1.6 Klasifikasi Produk	9
2.1.7 Pengertian Merek	12
2.1.8 Tingkat Pengertian Merek	12
2.1.9 Peranan dan Kegunaan Merek	13
2.1.10 Manfaat Merek	14
2.1.11 Kriteria Merek	15
2.1.12 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> )	15
2.1.13 Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> )	16
2.1.14 Fungsi Asosiasi Merek	18
2.1.15 Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> )	19
2.1.16 Tingkatan Loyalitas Merek	20
2.1.17 Nilai Loyalitas Merek	21
2.1.18 Fungsi Loyalitas Merek	22
2.1.19 Ekuitas Merek	23
2.1.20 Perilaku Konsumen ( <i>Consumer Behavior</i> )	28
2.1.21 Elemen-elemen Kekuatan Persaingan	24
2.2 Metodologi Penelitian	
2.2.1 Riset Deskriptif	28
2.2.2 Teknik Pengambilan Sampel	28
2.2.3 Variabel Penelitian	28
2.2.4 Metode Analisis Data	28

2.3 Kerangka Pemikiran	31
------------------------	----

### Bab 3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	
3.1.1 Metode Dasar	28
3.1.2 Objek Penelitian	28
3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	28
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Teknik Pengumpulan Sampel	30
3.6 Teknik Pengolahan Sampel	30
3.7 Metode Analisis	30
3.7.1 Pengujian Reabilitas atas asosiasi yang terkumpul	33
3.7.2 Analisis Asosiasi merek	35
3.7.3 Pengujian terhadap kualitas data	37
3.7.4 Pengujian Hipotesis	37
3.7.5 Analisis Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> )	37

### Bab 4. HASIL PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden	42
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya PT. Sinar Antjol	42
4.1.2 Kondisi Bisnis Perusahaan	43
4.2 Hasil Pengambilan Data dan Analisisnya	48
4.2.1 Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Pekerjaan	48
4.2.2 Analisis Data	51

4.3 Analisis Reliabilitas dan Validitas	52
4.3.1 Uji Realibilitas dan Validitas Citra Merek	52
4.3.2 Uji Reabilitas dan Validitas Tingkat Loyalitas Merek	52
4.4 Analisis Asosiasi Merek	53
4.5 Analisis Asosiasi Citra Merek	59
4.6 Analisis Tingkat Loyalitas Merek	61
4.7 Analisis <i>Switcher</i>	62
4.8 Analisis <i>Habitual Buyer</i>	64
4.9 Analisis <i>Satisfied Buyer</i>	66
4.10 Analisis <i>Likes The Brand</i>	68
4.11 Analisis <i>Committed Buyer</i>	71
4.12 Hasil Penelitian dari Asosiasi merek dan Tingkat loyalitas merek	73
<b>Bab 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan	74
5.1.1 <i>Brand Image</i>	74
5.1.2 <i>Brand Loyalty</i>	74
5.2 Saran	75
5.3 Keterbatasan Skripsi	76
Daftar Pustaka	
Riwayat Hidup	
Lampiran	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>	
<b>Tabel 3.1</b>	<b>Lembar Tabel asosiasi Merek</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 3.2</b>	<b>Lembar Perhitungan <i>Switcher</i></b>	<b>38</b>
<b>Tabel 3.3</b>	<b>Lembar Perhitungan <i>Habitual Buyer</i></b>	<b>39</b>
<b>Tabel 3.4</b>	<b>Lembar Perhitungan <i>Satisfied Buyer</i></b>	<b>40</b>
<b>Tabel 3.5</b>	<b>Lembar Perhitungan <i>Likes the Brand</i></b>	<b>40</b>
<b>Tabel 3.6</b>	<b>Lembar Perhitungan <i>Committed Buyer</i></b>	<b>41</b>
<b>Tabel 3.7</b>	<b>Lembar Perhitungan Komposisi Tingkat Loyalitas Merek</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4.1</b>	<b>Reabilitas Statistik Citra Merek</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4.2</b>	<b>Item-total satatistik Citra Merek</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.3</b>	<b>Reabilitas Statistik Loyalitas Merek</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.4</b>	<b>Item-total Statistik Loyalitas Merek</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4.5</b>	<b>Asosiasi Merek</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4.6</b>	<b><i>Switcher</i></b>	<b>62</b>
<b>Tabel 4.7</b>	<b><i>Habitual Buyer</i></b>	<b>64</b>
<b>Tabel 4.8</b>	<b><i>Satisfied Buyer</i></b>	<b>67</b>
<b>Tabel 4.9</b>	<b><i>Likes the Brand</i></b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4.10</b>	<b><i>Committed Buyer</i></b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4.11</b>	<b>Komposisi Tingkat Loyalitas Merek</b>	<b>72</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b>	<b>Lima Elemen Kekuatan persaingan Porter</b>	<b>27</b>
<b>Gambar 2.3</b>	<b>Kerangka Pemikiran</b>	<b>31</b>
<b>Gambar 4.1</b>	<b>Lima Elemen Kekuatan Persaingan Porter</b>	<b>47</b>
<b>Gambar 4.2</b>	<b>Struktur Organisasi</b>	<b>49</b>



## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1 Kuesioner**

**Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi jawaban kuesioner Citra Merek**

**Lampiran 3 Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Tingkat Loyalitas Merek**

**Lampiran 4 Daftar Pertanyaan Wawancara**

**Lampiran 5 Nilai Chi Kuadrat**

**Lampiran 6 Produk-produk Yang dihasilkan PT.Sinar Antjol**