

**ANALISIS *BRAND LOYALTY* TERHADAP JASA GADAI EMAS PADA
NASABAH PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG NUSUKAN**



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-Syarat Mencapai Sebutan

Ahli Madya Manajemen Pemasaran

Oleh :

DWI CAHYO KUSUMO RESPATI

F3210026

PROGRAM STUDI DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

commit to user
2013

ABSTRAK**ANALISIS BRAND LOYALTY TERHADAP JASA GADAI EMAS PADA NASABAH PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG NUSUKAN****DWI CAHYO KUSUMO RESPATI**
F3210026

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa kuat tingkatan loyalitas merek. Mengetahui hasil pengelompokan *brand loyalty* dan juga ingin mengetahui seberapa besar *committed buyer* yang di miliki oleh PT. Pegadaian (persero) Cabang Nusukan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara, observasi, kuesioner, dan studi pustaka. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Pegadaian (persero) Cabang Nusukan. Sampel berasal dari nasabah yang pada saat itu menggunakan jasa gadai emas di PT. Pegadaian (persero) Cabang Nusukan. Pada penelitian ini menggunakan perhitungan sampel Istijanto, (2009:128). Sampel diperoleh 96,04 dan agar memberi kemudahan dalam melakukan penelitian maka dilakukan pembulatan yakni menjadi 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, dikarenakan peneliti ingin menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan sampel yang akan diolah.

Dari hasil penelitian ini menggambarkan bahwa dalam elemen-elemen atau tingkatan-tingkatan brand loyalty cukuplah kuat. Hasil tingkatannya antara lain: Pada tingkatan *Switcher* sebesar 13 %, tingkatan *Habitual buyer* 53 %, tingkatan *Satisfied buyer* 88 %, tingkatan *Liking the brand* 96 %, dan *committed buyer* 36%. Pada tingkatan piramida tersebut sudah cukup baik karena bentuk tingkatan piramida terbalik, semakin ke atas semakin melebar. Tetapi pada tingkatan *committed buyer* bentuk piramida nya mengecil. Hal ini menunjukkan bahwa 64 % dari responden tidak berkomitmen pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Nusukan. Dan peneliti ingin mengetahui mengapa nasabah memilih menggadaikan emas di pegadaian. Meskipun dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sedikit orang yang berkomitmen terhadap PT. Pegadaian (persero) Cabang Nusukan namun dari piramida *brand loyalty* menunjukkan bahwa responden sudah termasuk loyal terhadap merek. Dengan demikian dari hasil analisa, diharapkan PT. Pegadaian (persero) mempertahankan loyalitas merek yang sudah terbentuk ini. Dan pada tingkatan *Switcher* harus meningkatkan kegiatan promosi dan pelayanan agar menarik minat nasabah untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.

*commit to user*Kata kunci: Analisis *Brand Loyalty*

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul:

**ANALISIS *BRAND LOYALTY* TERHADAP JASA GADAI EMAS PADA
NASABAH PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG NUSUKAN**

Surakarta, 17 Mei 2013

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



MUH JUAN SUAM TORO, SE., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul:

**“ANALISIS *BRAND LOYALTY* TERHADAP JASA GADAI EMAS PADA
NASABAH PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG NUSUKAN”**

Telah disetujui dan disahkan oleh Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, Juni 2013

Penguji Tugas Akhir

Ahmad Mujahid, SE, M.Sc
NIP. 320700001



Penguji

Pembimbing Tugas Akhir

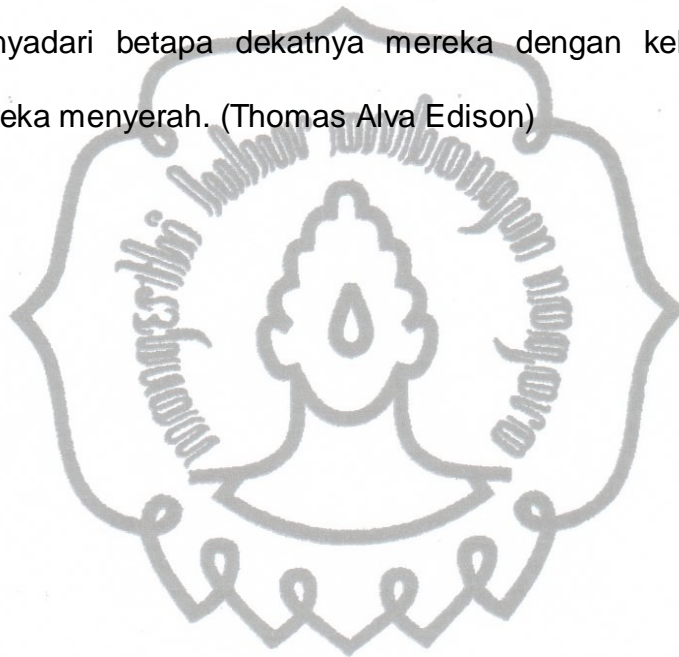
MUH JUAN SUAMTORO, SE., M.Si
NIP. 197606132008121001



Pembimbing

MOTTO

- The greatest barrier to success is the fear of failure. (Sven Gorum Erikson)
- Kesuksesan datang jika kamu ingin berusaha, kegagalan datang jika kamu putus asa. (Penulis)
- Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah. (Thomas Alva Edison)



PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini Penulis Persembahkan Kepada:

- Alm. Papa dan Mama ku tercinta
- Kakak dan Adiku yang tersayang
- Teman – temanku
- Almamaterku



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya sehingga laporan tugas akhir dengan judul "**ANALISIS BRAND LOYALTY TERHADAP JASA GADAI EMAS PADA NASABAH PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG NUSUKAN**" dapat di selesaikan dengan lancar dan baik. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat-syarat untuk mencapai Gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini:

1. Bapak Dr. Wisnu Untoro, M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Drs. Djoko Purwanto, MBA. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pada Program Diploma III FE UNS.
3. Bapak MUH Juan Suam Toro, SE., M.Si selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah membantu dan memberikan pengarahan pada Tugas Akhir.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret yang telah mengajari dan memberikan ilmu pengetahuan kepada saya.

commit to user

5. Ibu Frida Nursanti Murni, SE selaku Pemimpin Cabang PT. Pegadaian Cabang Nusukan yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan magang kerja dan penelitian.
6. Bapak Sugeng Legowo selaku Penaksir dan Pemegang Gudang yang memberikan arahan kepada penulis.
7. Kakak Harry Winoto selaku Kasir yang telah memberikan pengalaman kerja dan memberikan pengetahuan di pegadaian.
8. Keluargaku alm. Papa, Mama, adik, kakak tercinta atas memberikan semangat dan doanya kepada saya.
9. Teman-teman D3 FE UNS Angkatan 2010.
10. Teman magang di PT. Pegadaian (persero).
11. Semua pihak yang membantu saya namun tidak saya sebutkan satu-satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa karya ini sangatlah sederhana dan masih jauh dari kata sempurna, namun demikian penulis berharap karya yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum, wr.wb.

Surakarta, 10 Mei 2013

Penulis

Dwi Cahyo Kusumo Respati
commit to user

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Metode Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	14
B. Kerangka Pemikiran	28
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	31
B. Laporan Magang Kerja	45

C. Analisis Data dan Pembahasan	48
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	68
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL**TABEL**

Tabel III.1 Karyawan PT. Pegadaian (persero) Nusukan	36
Tabel III.2 Analisis Jenis Kelamin Responden	49
Tabel III.3 Analisis Usia Responden	50
Tabel III.4 Analisis Pekerjaan Responden	51
Tabel III.5 Analisis Pendapatan Responden	52
Tabel III.6 Perhitungan <i>Switcher</i>	54
Tabel III.7 Perhitungan <i>Habitual buyer</i>	55
Tabel III.8 Perhitungan <i>Satisfied buyer</i>	57
Tabel III.9 Perhitungan <i>Liking the brand</i>	58
Tabel III.10 Analisis <i>Committed buyer</i>	60
Tabel III.11 Perhitungan Pertanyaan Tambahan 1	64
Tabel III.12 Perhitungan Pertanyaan Tambahan 2	65
Tabel III.12 Perhitungan Pertanyaan Tambahan 3	66

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

Gambar II.1 Piramida <i>Brand Loyalty</i>	24
Gambar II.2 Piramida <i>Brand Loyalty</i> dalam posisi terbalik	25
Gambar II.3 Kerangka Pemikiran	29
Gambar II.4 Struktur Organisasi Cabang Nusukan	36
Gambar II.5 Piramida <i>Brand Loyalty</i> Responden	62



DAFTAR PUSTAKA

- Durianto, Darmadi; Sugiarto; Sitinjak. 2001. **Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek**. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller 2007. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 12 Jakarta: Indeks.
- Mowen. Jhon C; Michael Minor. 2002. **Perilaku Konsumen**. Jakarta: Erlangga
- Rangkuti, Freddy 2002. **The Power Of Brands, Teknik Mengelola BrandEquity dan Strategi Pengembangan Merek**. Jakarta; PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Istijanto, MM, M.Com. 2009. **Aplikasi Praktis Riset Pemasaran**. Jakarta; PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2001. **Metode Penelitian Bisnis**. Jakarta; ALFABETA.
- Suliyanto. 2006. **Metode Riset Bisnis**. Andi. Yogyakarta.
- [Http://www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id)
- [Http://www.Google.co.id](http://www.Google.co.id)