

ABSTRAK

LOYALITAS KONSUMEN MEREK PASTA GIGI PEPSODENT 12 JAM PADA PT UNILEVER Tbk. INDONESIA (STUDI PADA MAHASISWA S1 REGULER FE UNILA ANGKATAN 2007)

Oleh

Rudy Dwi Kurniawan

Pepsodent merupakan pasta gigi yang telah mendukung kesehatan gigi masyarakat Indonesia lebih dari tiga puluh tahun. Sehingga tidak heran jika pada tahun 2006 Pepsodent menerima “*Indonesian Customer Loyalty Award 2006 (ICLA)*”. Penghargaan tersebut memberikan tanda bahwa Pasta Gigi Pepsodent termasuk merek Pasta Gigi Pepsodent 12 Jam, memiliki konsumen yang loyal. Namun dalam polling situs suara konsumen PintuNet.com menyatakan bahwa Pepsodent 12 Jam berada pada tingkat kesepuluh di bawah merek pasta gigi lain. Hal ini menimbulkan permasalahan apakah merek Pasta Gigi Pepsodent 12 Jam pada PT Unilever Tbk. Indonesia masih dalam kategori tingkat loyalitas tinggi yang dalam penelitian ini dipersepsikan oleh mahasiswa S1 reguler FE Unila angkatan 2007. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui loyalitas konsumen terhadap merek Pasta Gigi Pepsodent 12 Jam dimasa kini.

Alat analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan yaitu tabel tabulasi silang, rata-rata, presentase, dan bentuk piramida terbalik dengan data yang berasal dari jawaban responden terhadap kuesioner. Sedangkan untuk mengukur reliabilitas dan validitas data menggunakan *software* SPSS 12.0.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah piramida terbalik yang semakin ke atas semakin melebar tetapi pada tingkat *liking the brand* dan *committed buyer* terjadi penyempitan piramida. Piramida ini memiliki susunan dimulai dari bawah yaitu *switcher* berjumlah 17,7%, *habitual buyer* berjumlah 54,3%, *satisfied buyer* berjumlah 75,1%, *liking the brand* berjumlah 54,75%, dan *committed buyer* berjumlah 48,37%. Seharusnya perusahaan mampu berada di tingkat *committed buyer*, namun pada penelitian ini jumlah *committed buyer* tidak mampu mencapai angka 50% atau lebih. Artinya loyalitas konsumen terhadap Pasta Gigi Pepsodent 12 Jam hanya berada pada level *satisfied buyer* dan belum mencapai *committed buyer* ideal.