

ABSTRAKSI

Herlambang, B'tara Adiwirdharma. "Analisis Tingkat Loyalitas Merek Dan Perilaku *Brand Switching* Konsumen Produk *Sun Block* (Studi Kasus Pada Merek Garnier)". Skripsi. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Dosen Pembimbing Saaptika Kancana.

Merek merupakan salah satu bentuk aset perusahaan. Melalui merek perusahaan dapat memiliki ekuitas merek, untuk meningkatkan ekuitas merek dapat melalui loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen dalam produk yang digunakan sehari-hari oleh konsumennya sulit untuk di jaga karena banyak faktor yang memengaruhi persepsi konsumen. Loyalitas konsumen dapat memberikan persepsi yang baik akan produk dan mengurangi biaya pemasaran karena konsumen akan percaya diri untuk merekomendasikan produk yang disukainya.

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui tingkat loyalitas merek konsumen produk *Sun Block* Garnier dan kemungkinan perpindahan merek dari Garnier pada komunitas *Beauty Enthusiast*. Sampel responden yang berhasil didapatkan sebanyak 171 responden dengan metode *Purposive Sampling*. Pengolahan data menggunakan analisis deskriptif, uji validitas data, uji reabilitas data, analisis tingkat loyalitas merek, dan analisis *brand switching*.

Hasil Penelitian menunjukkan tingkat loyalitas konsumen produk *Sun block* Garnier terbesar pada tingkatan ketiga yaitu *Satisfied Buyer with Switching Cost* 82,26%, kedua pada tingkatan keempat *Habitual Buyer* 78,62%, ketiga pada tingkatan kedua *Likes the Brand* 78,56%, keempat pada tingkatan pertama *Committed Buyer* 78,47%, dan terendah pada tingkatan kelima *Switcher Or Price Sensitive Indifferent* dengan persentase 11,57%. Loyalitas konsumen dapat dikategorikan kuat karena membentuk piramida mengerucut kebawah. Kemungkinan perpindahan konsumen memiliki persentase *Possibility Rate of Transition* (ProT) sebesar 15,81%. Tindakan yang dapat dilakukan Perusahaan untuk meningkatkan loyalitas konsumen dapat meningkatkan kualitas produk melalui penambahan fitur produk dan varian produk *Sun Block*.

Kata Kunci : Tingkat Loyalitas, *Brand Switching*, Loyalitas Merek,