

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS RESPONDEN AC LG DI SURABAYA

2.1. Sejarah Berdirinya PT LG Electronics

PT LG merupakan perusahaan electronic yang berawal dari perusahaan manufaktur produk rumah tangga seperti radio dan TV yang berdiri pada tahun 1958 di Korea Selatan. Sampai pada saat ini LG banyak meluncurkan berbagai produk dan menjadi perusahaan terbesar keempat di Korea Selatan dengan empat unit bisnis, meliputi bisnis perlengkapan rumah, handphone, komponen kendaraan, dan barang elektronika. Produk-produk unggulan LG saat ini berasal dari perusahaan yang menaungi *chemicals* hingga berkembang menjadi perusahaan elektronik.

PT LG Electronics pertama kali membuka cabang perusahaannya antar negara pada tahun 1982 di Amerika Serikat. Setelah itu, Perkembangan PT LG elektronik merambah ke negara-negara pasar Asia Tenggara seperti Indonesia. Di Indonesia PT LG elektronik pertama kali didirikan pada tahun 1990 dan berkembang menjadi salah satu perusahaan multinasional yang berkomitmen menyediakan rangkaian produk elektronik yang terkemuka di Indonesia yang merupakan anak perusahaan LG Corporation. LG Corporation adalah konglomerat besar di Korea Selatan yang memiliki berbagai anak perusahaan yang beroperasi di berbagai sektor, termasuk elektronik, kimia, dan telekomunikasi. LG Electronics adalah salah satu anak perusahaan terbesar dan paling terkenal dari LG Corporation. LG terus mencapai pertumbuhan kualitatif mencakup peningkatan reputasi dan citra perusahaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan, pengembangan budaya perusahaan, inovasi

produk atau layanan, peningkatan kualitas SDM, peningkatan proses dan efisiensi operasional, kepatuhan terhadap etika dan tanggung jawab sosial, penguatan relasi dan mitra stakeholders, serta adaptabilitas dan fleksibilitas. Sebagai perusahaan elektronik persaingan terus berjalan dan terus menempatkan posisinya sebagai nomor satu dengan memberikan pengalaman berharga bagi pelanggan. Terbukti LG memiliki total karyawan lebih dari 66.000 yang merupakan 35.00 karyawan bukan karyawab negara asalnya yaitu Korea dan sisanya tersebar di 76 cabang di 39 negara.

Perkembangan awal LG Electronics memasuki pasar Indonesia menggunakan merek Goldstar yang pada akhirnya dikenal baik oleh masyarakat. Setelah berkembang dengan baik memasuki pasar Indonesia dengan nama Goldstar, di tahun 1996 berganti nama menjadi PT LG astra Electronics. Memasuki tahun krisis moneter di tahun 1998 kepemilikan saham PT LG Astra Electronics mengalami perubahan ketika seluruh saham yang dimiliki oleh astraIndonesia diakuisisi oleh LG korea yang menjadikanya mengambil alih penuh kendali perusahaan. Saat ini PT LG Electronics Indonesia sebagai perusahaan penanaman modal asing yaitu investasi penuh dari LG Korea.

LG Electronics memegang peranan penting di industri elektronik, hingga tahun 2013 LG berhasil mempertahankan posisinya sebagai produsen TV LCD terbesar kedua di dunia. Pada tahun 2005, LG masuk ke dalam daftar 100 merek teratas global yang kemudian mengalami peningkatan sebesar 16% pada tahun 2006. Inovasi terus menerus yang dilakukan LG menghasilkan diversifikasi produk

berupa ponsel pintar atau *smartphone* yang memperkuat eksistensinya di pasar global.

2.2. Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1. Visi Perusahaan

Pendirian LG Electronics di Indonesia didasarkan pada visi LG Electronics *Our vision is to become a Market-leading company with broad recognition* yang berarti visi LG menjadi perusahaan terkemuka di pasar dengan pengakuan yang luas. Melalui visi ini, LG berupaya untuk memperkuat posisinya di pasar global dan memberikan kontribusi yang baik bagi *stake holder*.

2.2.2. Misi Perusahaan

Misi LG Electronics menggambarkan tujuan utama dan alasan keberjalanan perusahaan. Misi ini memberikan arah strategis serta memandu keputusan dan tindakan LG Electronics. Berikut misi-misi LG Electronics:

1. Rapid Growth

Memperluas dan meningkatkan pertumbuhan secara cepat dengan fokus pada nilai moneter, bukan kuantitas

2. Rapid Innovation

Memperbanyak penjualan dan peningkatan pangsa pasar, mengembangkan produk baru, dan meluncurkan produk tersebut lebih cepat, serta mengembangkan teknologi untuk membangun nilai perusahaan lebih unggul

3. Leadership Products

Mampu mengembangkan kreativitas, produk-produk berkualitas dengan mengimplementasikan teknologi terbaru

4. *Leadership People*

Mengembangkan individu-individu berbakat yang unggul dalam kinerja dan berkontribusi melaksanakan inovasi

5. *Leadership Market*

Mampu untuk menjadikan LG menjadi merek No 1 dengan kehadirannya untuk memimpin pasar

6. *'We' not 'Me'*

Membangun budaya perusahaan yang mendorong kolaborasi di antara karyawan untuk membentuk tim yang bersinergis

7. *Fun Work*

Menciptakan lingkungan kerja yang membebaskan kreativitas individu dan kebebasan bekerja dihormati dan dibuat menyenangkan

2.3. Logo

Logo yang digunakan perusahaan merupakan identitas suatu perusahaan kedalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan berbagai kegiatan yang dibawah oleh perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual.



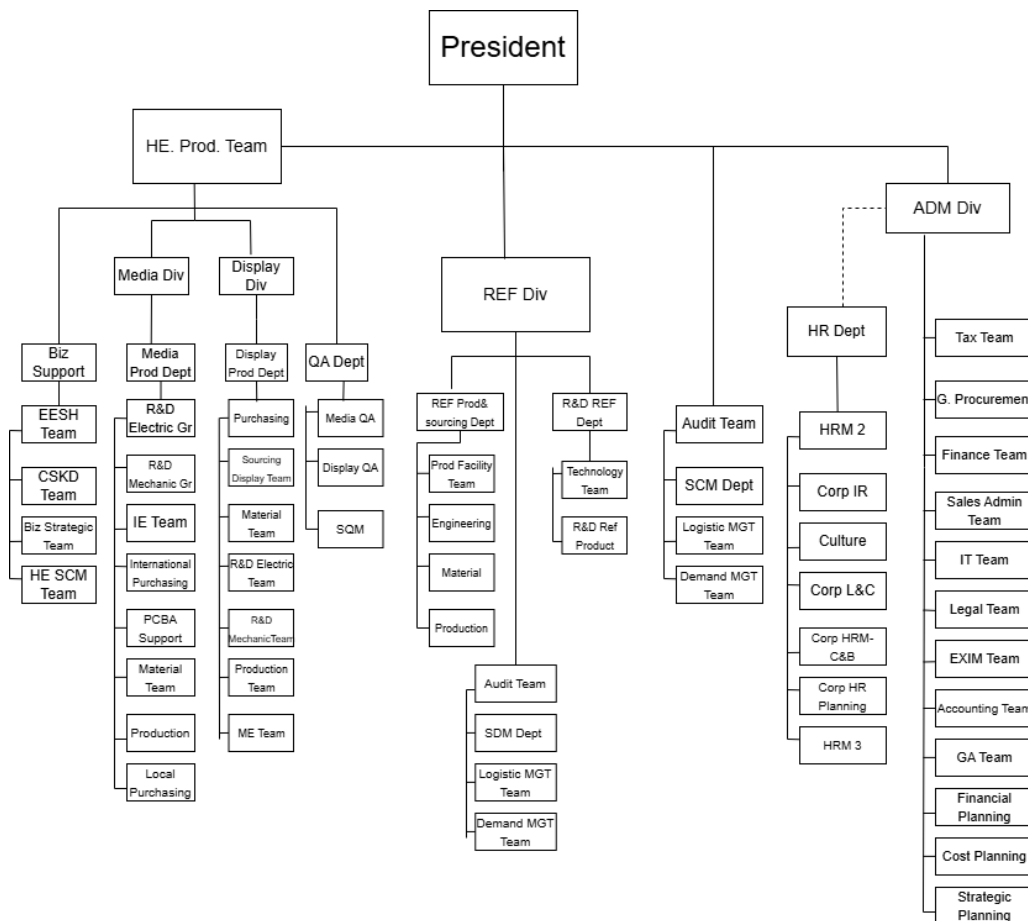
Gambar 2. 1 Logo Perusahaan

Pada logo LG terdapat dua elemen utama yaitu:

1. Symbol merah dengan wajah tersenyum, dimana huruf “L” membentuk hidung dan huruf “G” membentuk garis wajah. Simbol merah tersebut melambangkan keramahan, pendekatan yang memperhatikan aspek manusia, dan nilai-nilai perusahaan yang berfokus pada kemanusiaan
2. Huruf “LG” ditulis dengan huruf kapital abu-abu yang tebal di sebelah simbol, warna abu-abu juga melambangkan energi dan keandalan
3. Slogan “Life’s Good” merupakan ekspresi yang merefleksikan kepercayaan perusahaan bahwa peroduk-produk yang dirancang dengan keahlian dapat mempermudah kehidupan. Slogan ini juga menyataka tekad LG untuk selalu menyediakan solusi dengan mengembangkan produk secara inovatif bagi kehidupan yang lebih baik. Penggunaan slogan “Life’s Good” memiliki tujuan untuk membantu menjelaskan identitas perusahaan dan menghubungkan setiap divisi dan produk LG Electronics yang ada di seluruh dunia

2.4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi penting bagi perusahaan karena menjadi susunan yang menyatakan adanya hierarki pada sebuah perusahaan atau organisasi dalam menjalani operasional perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan LG

Berdasarkan struktur organisasi LG Electronics pada gambar, berikut adalah deskripsi dari masing-masing departemen dan divisi yang ada di LG Electronics:

1. Dewan Komisaris

Pihak yang bertanggung jawab memberikan pengarahan kepada presiden/direktur, menilai dan memberikan keputusan atas usulan program-program ekspansi maupun investasi yang diajukan oleh presiden/direktur.

2. Presiden Direktur

Sebagai presiden bertanggung jawab atas kinerja keuangan perusahaan, pengembangan produk baru, menjalankan tugas kegiatan usaha sehari-hari berdasarkan atas kebijaksanaan umum yang telah ditetapkan oleh dewan komisaris, serta merumuskan visi jangka panjang, dan membuat keputusan yang strategis.

3. *Home Entertainment Production Team*

Tim produksi HE menaungi berbagai departemen dibawahnya dengan berperan aktif dalam pengembangan proses produksi dan bekerja sama dengan berbagai departemen untuk memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan standar.

4. Divisi Administrasi

Memastikan semua proses bisnis berjalan efektif dengan menaungi beberapa departemen di bawahnya dan memastikan pengelolaan sistem administrasi yang baik.

5. Divisi Refrigerator

Bertanggung jawab penuh atas seluruh proses produksi lemari es, mulai dari perancangan hingga distribusi menaungi beberapa departemen di bawahnya.

6. Biz Support

Divisi bisnis support memiliki peran sebagai jembatan antara perusahaan dan pelanggan bisnis dengan memberikan dukungan teknis kepada pelanggan skala besar ataupun kecil

7. EESH (*Energy, Environment, Safety, and Health*) Team

Mengelola dan meningkatkan kinerja lingkungan, keselamatan, dan kesehatan kerja di seluruh operasional perusahaan.

8. CSKD (*Customer Service Knowledge & Development*) Team

Memastikan peningkatan pengalaman baik pelanggan melalui pengelolaan *knowledge* dan pengembangan ketrampilan dalam layanan pelanggan.

9. Biz Strategic

Menganalisis tren pasar, persaingan, dan peluang bisnis untuk strategi jangka panjang perusahaan

10. *Home Electronics Supply Chain Management*

Memastikan bahwa komponen, produk jadi, serta material untuk HE terdistribusikan dengan tepat dari pemasok ke konsumen akhir.

11. Divisi Media

Mengelola konten media untuk mendukung pemasaran produk dan melakukan perencanaan kreatif, bekerja sama dengan berbagai departemen.

12. Display Divisi

Mengembangkan dan memproduksi barang-barang elektronik yang menampilkan visual.

13. Accounting Closing Part

Bertanggung jawab atas semua transaksi yang terjadi dalam bisnis, seperti pembelian, penjualan, piutang/hutang, persediaan, sesuai dengan transaksi yang dilaporkan hingga menjadi laporan keuangan

14. Accounting Marketing

Menjaga dan mengontrol anggaran untuk kegiatan promosi, memastikan pemakaian biaya digunakan secara tepat dan efektif

15. Cost Accounting

Menganalisa, memperhitungkan, serta melaporkan status biaya-biaya yang diperlukan untuk bahan baku hingga barang jadi ke Direktur Keuangan

2.5. Produk Air Conditioner LG

LG Electronics telah mengeluarkan beberapa produk yang mengungguli pasar industri elektronik. Sebagai produsen berbagai macam produk elektronik mulai dari televisi, smartphone, kulkas, mesin cuci, hingga perangkat elektronik rumah lainnya. Selain itu, LG juga menyediakan berbagai jenis pendingin udara dengan berbagai jenis dan tipe. Pengembangan produk LG selalu diawal dari adanya kebutuhan konsumen sehingga perusahaan terus menghasilkan inovasi berbagai produk elektronik rumah tangga yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berikut ini merupakan berbagai produk AC LG yang pernah dikeluarkan oleh LG:

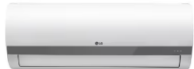
Kategori	Jenis Produk AC	Gambar	Deskripsi Produk
Air Conditioner	AC Standar	AC LG Standard 2 PK ★★★★★ 5.0 (1) 	AC dengan daya pendinginan cepat, serta <i>auto swing</i> meratakan udara nyaman serta <i>Eco-Friendly</i> R32 Refrigerant kinerja pendinginan yang ramah lingkungan dengan kapasitas 2 PK
		AC LG Standard 1 ½ PK ★★★★★ 0.0 (0) 	AC hanya dengan satu klik ke ruang pendingin dengan turbo cooling, smart LED LG membantu mendapatkan indikator sesuai dengan permasalahan dengan kapasitas 1,5 PK.
		AC LG Standard 1 PK ★★★★★ 0.0 (0) 	AC hanya dengan satu klik ke ruang pendingin dengan turbo cooling, operasi <i>restart</i> otomatis saat listrik padam unit AC akan melanjutkan operasi sebelumnya segera setelah listrik pulih dengan kapasitas 1 PK
		AC LG Standard 3/4 PK ★★★★★ 5.0 (1) 	AC dengan daya pendinginan cepat, serta <i>auto swing</i> meratakan udara nyaman serta <i>Eco-Friendly</i> R32 Refrigerant kinerja pendinginan yang ramah lingkungan

		dengan kapasitas 3/4 PK
	AC LG Standard ½ PK ★★★★★ 0.0 (0) 	AC hanya dengan satu klik ke ruang pendingin dengan turbo cooling, operasi <i>restart</i> otomatis saat listrik padam unit AC akan melanjutkan operasi sebelumnya segera setelah listrik pulih dengan kapasitas 1/2 PK
AC DUALCOOL L Inverter	LG DUALCOOL with Watt Control-Eco 1PK ★★★★★ 5.0 (7) 	Fitur unggulan up to 70% <i>energy saving</i> dengan pengaturan 4 opsi konsumsi listrik yang memiliki kapasitas 1 PK
	LG DUALCOOL ThinQ with Watt Control-Smart Ionizer 1.5PK ★★★★★ 0.0 (0) 	Split inverter – <i>Smart</i> dengan pengontrol watt dan pengion serta fitur ThinQ melalui Wi-Fi dan tipe Residential AC dengan kapasitas 1.5 PK
	LG DUALCOOL with Watt Control-Eco 1.5PK ★★★★★ 1.0 (1) 	<i>Air flow</i> memiliki fitur Jet cool Fitur unggulan up to 70% <i>energy saving</i> dengan pengaturan 4 opsi konsumsi listrik yang memiliki kapasitas 1.5 PK
	LG DUALCOOL Smart ★★★★★ 5.0 (1) 	Kapasitas pendinginan 3000 Btu/h dengan daya listrik standar dan power supply cable yang kecil

LG DUALCOOL ThinQ with Watt Control-Smart Ionizer 1PK ★★★★★ 5.0 (1) 	Residential Ac dengan kelas energi watt control dan pengion. Fitur thinQ melalui Wi-Fi memiliki kapasitas 1 PK
LG DUALCOOL ThinQ with Watt Control-Deluxe Air Purification 1 PK ★★★★★ 4.0 (2) 	Power input yang mampu mengatur 4 opsi konsumsi listrik, fitur unggulan PM 1.0 sensor dan aliran udara sehat dengan 5 juta ion yang memiliki kapasitas 1 PK
LG DUALCOOL with Watt Control-Eco 2PK ★★★★★ 3.0 (4) 	<i>Air flow</i> memiliki fitur Jet cool Fitur unggulan up to 70% <i>energy saving</i> dengan pengaturan 4 opsi konsumsi listrik yang memiliki kapasitas 2 PK
LG DUALCOOL with Watt Control-Eco 0.5PK ★★★★★ 5.0 (17) 	<i>Air flow</i> memiliki fitur Jet cool Fitur unggulan up to 70% <i>energy saving</i> dengan pengaturan 4 opsi konsumsi listrik yang memiliki kapasitas 0.5 PK
LG DUALCOOL ThinQ with Watt Control Smart 0.5PK ★★★★★ 0.0 (0) 	Tersedia fitur ionizer <i>sterilization</i> dan <i>comfort air</i>. Daya listrik 495 Watt yang ditambahkan watt <i>control</i> dengan kapasitas 0.5 PK

LG DUALCOOL ThinQ with Watt Control Eco 1.5PK ★★★★★ 0.0 (0) 	<i>Air flow</i> memiliki fitur Jet cool dan <i>comfort air</i>. Fitur thinQ melalui Wi-Fi yang memiliki kapasitas 1.5 PK
LG DUALCOOL with Watt Control-Eco 2PK ★★★★★ 0.0 (0) 	Tipe split inventer – Eco. <i>Air flow</i> memiliki fitur Jet cool dan <i>comfort air</i>. Fitur unggulan up to 70% <i>energy saving</i> dengan pengaturan 4 opsi konsumsi listrik yang memiliki kapasitas 2 PK
LG DUALCOOL ThinQ with Watt Control-Smart Ionizer 0.5PK ★★★★★ 3.4 (9) 	Tipe AC split inventer – Smart. Residential Ac dengan kelas energi watt control dan pengion. Fitur thinQ melalui Wi-Fi memiliki kapasitas 0.5 PK
LG DUALCOOL ThinQ with Watt Control Smart 1PK ★★★★★ 4.0 (1) 	Tersedia fitur ionizer <i>sterilization</i> dan <i>comfort air</i>. Daya listrik 495 Watt yang ditambahkan watt control dengan kapasitas 1 PK
LG DUALCOOL Eco ★★★★★ 0.0 (0) 	Teknologi dualcool dilengkapi dengan fitur ThinQ dengan daya listrik 1540 W dan air flow rate 49.0

LG DUALCOOL with Watt Control- Eco 1,5PK ★★★★★ 5.0 (1) 		Tipe split inventer – Eco. <i>Air flow</i> memiliki fitur Jet cool dan <i>comfort air</i>. Fitur unggulan up to 70% <i>energy saving</i> dengan pengaturan 4 opsi konsumsi listrik yang memiliki kapasitas 1.5 PK
LG Hercules dengan Kompresor Inverter DC ★★★★★ 0.0 (0) 		AC Split dilengkapi fitur temperature cool, chaos wind, airflow direction, auto operation, seelp operation, plasma filter, dan remocon type yang menyala dalam gelap
LG ARTCOOL INVERTER. AC 1 1/2 PK ★★★★★ 0.0 (0) 		Berbagai fitur dalam satu AC temperature cool, chaos wind, wireless LCD, pengaturan sleep operation, serta auto clean dengan kapasitas 1 ½ PK
D07ZXA - Hercules Ultima 0.75PK ★★★★★ 0.0 (0) 		kemampuan suatu sistem pendingin untuk menyerap panas dari suatu ruangan atau benda Cooling capacity 7000
D07YXA - Hercules Ultima 0.75PK ★★★★★ 0.0 (0) 		Air flow indoor unit 6.0 (212) yang cukup akan memastikan udara dingin terdistribusi secara merata ke seluruh ruangan, sehingga suhu menjadi lebih stabil

	LG DUALCOOL ThinQ with Watt Control-Deluxe Air Purification... ★★★★★ 4.5 (2) 	Fitur unggulan PM 1.0 sensor dan aliran udara sehat dengan 5 juta ion. Tersedia fitur thinQ, <i>comfort air</i>, dan ionizer sterilization dengan kapasitas 1.5 PK
	0.5 PK LG HERCULES series with only 320 Watt power consumption ★★★★★ 0.0 (0) 	Cooling capacity dan pengontrol temperatur yang dapat mengurangi kebisingan baling-baling AC memiliki kapasitas 0.5 PK
	LG DUALCOOL ThinQ with Watt Control Smart 1.5PK ★★★★★ 0.0 (0) 	Tersedia fitur ionizer <i>sterilization</i> dan <i>comfort air</i>. Daya listrik 495 Watt yang ditambahkan watt <i>control</i> dengan kapasitas 1.5 PK
	1 PK LG HERCULES series with only 670 Watt power consumption ★★★★★ 0.0 (0) 	AC Split dengan temprature control dan fitur Jet Cool. Fitur auto wind secara otomatis mengatur aliran udara di ruangan dengan kapasitas 1 PK
	D05YXA - Hercules Ultima Series ★★★★★ 0.0 (0) 	Air flow indoor unit 5.0 (176) yang cukup akan memastikan udara dingin terdistribusi secara merata ke seluruh ruangan, sehingga suhu menjadi lebih stabil

LG DUALCOOL ThinQ with Watt Control Smart 2PK ★★★★★ 0.0 (0) 	AC dengan fitur comfort air, wifi Smart ThinQ, watt control, dan ionizer Sterilization dengan kapasitas 2 PK
LG DUALCOOL with Watt Control-New Eco 2PK ★★★★★ 0.0 (0) 	Fitur Watt Control dapat melakukan pengaturan konsumsi daya listrik dalam 3 pilihan tingkatan yang dapat disesuaikan dengan situasi berbeda memiliki kapasitas 2 PK
LG DUALCOOL with Watt Control-New Eco 0.5 PK ★★★★★ 4.5 (10) 	Lebih cepat dingin, pre-filter bekerja merangkap partikel debu besar, pembersihan bagian dalam yang otomatis, Fitur unggulan <i>energy saving</i> 70% dengan kapasitas 0,5 PK
LG DUALCOOL with Watt Control-New Eco 1 PK ★★★★★ 4.2 (5) 	Fitur Watt Control dapat melakukan pengaturan konsumsi daya listrik dalam 3 pilihan tingkatan yang dapat disesuaikan dengan situasi berbeda memiliki kapasitas 1 PK

LG DUALCOOL with Watt Control- New Eco 1.5PK ★★★★★ 3.0 (1)	Lebih cepat dingin, pre-filter bekerja menangkap partikel debu besar, pembersihan bagian dalam yang otomatis, Fitur unggulan <i>energy saving</i> 70% dengan kapasitas 1,5 PK
--	--

Sumber: olahan Data Primer, (2024)

Pada tabel tersebut terlihat banyak variasi produk yang ditawarkan oleh LG namun, sebanyak 31 produk tersebut telah diskontinu atau telah berhenti produksi.

2.6. Lokasi dan Kontak PT LG Electronics Indonesia

Semenjak beroperasi di Indonesia, LG Electronics mempunyai 2 pabrik dan 1 kantor pemasaran. Pabrik pertama berlokasi di Blok G, kawasan industri MM2001, Cikarang Barat, Bekasi, dan bertanggung jawab atas produksi produk media dan display. Pabrik kedua terletak di Jalan Tabri No.1, Cirarab, Legok, Tangerang, yang memproduksi kulkas. Kantor pemasaran LG Electronics di Indonesia berlokasi di Gandaria 8 Office Tower, lantai 29BC & 31 ABCD, Jalan Sultan Iskandar Muda, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Saat ini LG Electronics Indonesia mengoperasikan 33 kantor cabang, 34 kantor penjualan, 29 pusat layanan langsung, serta 46 stasiun layanan, pusat distribusi, dan LG Mobile Service Center yang tersebar di seluruh Indonesia.

2.7. Identitas Responden

2.7.1. Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Pada penelitian ini, jenis kelamin dikelompokkan berdasarkan data responden apakah responden laki-laki atau perempuan. Mengetahui distribusi jenis kelamin

responden dapat membuat kesimpulan yang lebih akurat dengan mempertimbangkan gender.

Tabel 2. 1. Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	45	45%
Perempuan	55	55%
Total	100	100%

Sumber: olahan Data Primer, (2024)

Pada data tabel diatas, pada penelitian ini perbandingan antara laki-laki dan perempuan yaitu 45 responden laki-laki dan 55 responden perempuan.

2.7.2. Identitas Responden Menurut Usia

Pengelompokan data responden berdasarkan rentang usia pada penelitian ini sangat penting untuk menganalisis perbedaan kelompok usia yang berbeda. Rentang usia responden dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 2. 2. Identitas Responden Menurut Usia

Rentang Usia	Jumlah	Presentase
20-24	18	18%
25-40	54	54%
41-56	17	17%
Total	100	100%

Sumber: Olahan Data Primer, (2024)

Berdasarkan distribusi tabel tersebut, lebih dari setengah jumlah responden yaitu 54 orang (54) merupakan rentang usia 25 hingga 40 yang berarti lebih dari setengah responden merupakan generasi milenial.

2.7.3. Identitas Responden Berdasarkan Merek AC Setelah Berpindah Merek

Penelitian ini meneliti perilaku konsumen yang melakukan perpindahan merek (brand switching) dari produk AC LG ke merek lain, sehingga peneliti perlu

mengetahui produk AC merek apa saja yang pernah digunakan. Seperti yang diketahui di Indonesia terdapat berbagai merek AC yang sering dijual di toko-toko elektronik, contohnya yaitu Toshiba, Daikin, Polytron, Panasonic, Samsung, Midea, Sharp, Denpoo, electrolux, dan Changhong. Berdasarkan responden yang mengisi, berikut data kelompok responden berdasarkan merek AC setelah berpindah merek:

Tabel 2. 3.

Identitas Responden Berdasarkan Merek AC Setelah Berpindah Merek

No.	Merek Sebelum beralih merek	AC	Merek AC Menggunakan LG	Setelah	Jumlah	Presentase
1.	LG		Toshiba		3	3%
2.			Daikin		10	10%
3.			Denpoo		2	2%
4.			Electrolux		4	4%
5.			Polytron		9	9%
6.			Sharp		19	19%
7.			Midea		9	9%
8.			Panasonic		28	28%
9.			Samsung		15	15%
10.			Changhong		1	1%
Total					100	100%

Sumber: Olahan Data Primer, (2024)

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa jumlah merek AC yang digunakan responden setelah berpindah merek yaitu mulai dari yang paling banyak panasonic 28 responden (28%), sharp 19 responden (19%), samsung 15 responden (15%), dan yang paling sedikit yaitu Changhong 1 responden (1%).

2.7.4. Identitas Responden Berdasarkan Kurun Waktu Melakukan

Perpindahan Merek AC dari LG ke yang lainnya

Pada penelitian ini diidentifikasi responden berdasarkan kurun waktu responden beralih merek AC LG ke merek lain. Berdasarkan frekuensi dari tabel berikut:

Tabel 2. 4

Responden Berdasarkan Kurun Waktu

Kurun Waktu	Jumlah	Presentase
1 Tahun	11	11%
>2 Tahun	89	89%
Total	100	100%

Sumber: Olahan Data Primer, (2024)

Pada tabel tersebut responden yang beralih merek, rata-rata responden melakukan perpindahan dalam kurun waktu diatas 2 tahun sebanyak 89 responden (89%).