

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui gambaran mengenai tipe loyalitas konsumen terhadap kartu seluler Simpati pada mahasiswa usia 18 – 22 tahun Universitas “X” Bandung. Rancangan penelitian yang digunakan adalah rancangan penelitian deskriptif dengan metode survei.*

*Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah snowball sampling pada mahasiswa usia 18 – 22 tahun yang menjadi konsumen kartu seluler Simpati di Universitas “X” Bandung. Tempat penelitian dilakukan di Universitas “X” Bandung. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 200 orang.*

*Alat ukur yang digunakan untuk pengambilan data adalah kuesioner mengenai loyalitas konsumen yang dikonstruksi peneliti berdasarkan konsep teori loyalitas konsumen dari Dick and Basu (1994). Kuesioner ini terdiri dari 30 item yang terdiri dari dua dimensi, yaitu dimensi kesetiaan sikap dan dimensi kesetiaan perilaku. Prosedur pengujian validitas dilakukan berdasarkan construct validity dengan menggunakan teknik korelasi dari Rank Spearman. Hasil uji validitas alat ukur menggunakan SPSS 17 dan reliabilitas dihitung dengan menggunakan metode Alpha Cronbach.*

*Kesimpulan yang diperoleh adalah sebagian besar (35%) konsumen mahasiswa usia 18 – 22 tahun Universitas “X” Bandung memiliki tipe no loyalty terhadap kartu seluler Simpati. Sebagian besar mahasiswa usia 18 – 22 tahun Universitas “X” Bandung pengguna kartu seluler Simpati kurang memiliki penghayatan terhadap faktor komponen merek, namun dipengaruhi oleh faktor program loyalitas, hal tersebut terkait dengan tipe no loyalty.*

*Saran yang diajukan untuk penelitian selanjutnya adalah meneliti lebih lanjut mengenai kontribusi dari empat faktor (faktor kebiasaan, faktor komponen merek, faktor program loyalitas dan faktor situasi) yang mempengaruhi loyalitas konsumen, agar melihat gambaran secara lebih jelas mengenai kontribusi dari empat faktor tersebut terhadap loyalitas konsumen. Saran praktis bagi perusahaan Telkomsel adalah sebaiknya Telkomsel meningkatkan kualitas merek kartu Simpati, agar bisa menarik konsumen untuk lebih loyal terhadap produknya. Saran praktis bagi mahasiswa adalah sebaiknya mahasiswa sebagai pengguna produk kartu seluler Simpati tetap menggunakan produk tersebut yang sesuai dengan kebutuhannya, dengan harapan agar mahasiswa bisa lebih loyal terhadap kartu seluler Simpati.*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv - vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii - x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii

### **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1 - 10
1.2. Identifikasi Masalah.....	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1. Maksud Penelitian.....	11
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	11 - 12
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	12
1.5. Kerangka Pemikiran.....	12 - 22
1.6. Asumsi.....	23 - 24

## **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

2.1.	Loyalitas Konsumen.....	25
2.1.1.	Pengertian Loyalitas Konsumen.....	25
2.1.2.	Tipe Loyalitas Konsumen.....	25 - 26
2.1.3.	Dimensi Loyalitas Konsumen.....	26 - 28
2.1.4.	Faktor-faktor yang Berkaitan dengan Loyalitas Konsumen...	28 - 30
2.1.5.	Keuntungan Loyalitas Konsumen.....	30
2.2.	Teori Kebutuhan.....	30 - 32
2.3.	Teori Produk.....	32
2.3.1.	Pengertian Produk.....	32 - 33
2.3.2.	Klasifikasi Produk.....	33
2.4.	Konsumen.....	34
2.4.1.	Pengertian Konsumen.....	34
2.4.2.	Tipe Konsumen.....	34
2.5.	Masa Remaja.....	34
2.5.1.	Karakteristik Masa Remaja.....	34 - 36

## **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

3.1.	Rancangan Penelitian.....	37
3.2.	Bagan Rancangan Penelitian.....	37 - 38
3.3.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	38
3.3.1.	Variabel Penelitian.....	38
3.3.1.	Definisi Operasional.....	38 - 41

3.4.	Alat Ukur.....	41
3.4.1.	Jenis Alat Ukur.....	41 - 42
3.4.2.	Prosedur Pengisian.....	42 - 43
3.4.3.	Sistem Penilaian.....	43 - 45
3.4.4.	Uji Coba Alat Ukur.....	45 - 46
3.4.5.	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	46
3.4.5.1.	Validitas.....	46 - 47
3.4.5.2.	Reliabilitas.....	47 - 48
3.4.6.	Data Pribadi dan Data Penunjang.....	48
3.5.	Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	48
3.5.1.	Populasi Sasaran.....	48 - 49
3.5.2.	Karakteristik Populasi.....	49
3.5.3.	Teknik Penarikan Sampel.....	49 - 50
3.6.	Teknik Analisis Data.....	50 - 51

#### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1.	Gambaran Responden.....	52 - 54
4.2.	Hasil Penelitian.....	54
4.2.1.	Tipe Loyalitas Konsumen Secara Umum.....	54 - 55
4.2.2.	Tabulasi Silang.....	55
4.2.2.1.	Tabulasi Silang Faktor-faktor yang Berkaitan dengan Loyalitas Konsumen dan Tipe Loyalitas Konsumen.....	55 - 57

4.3. Pembahasan.....	57 - 63
----------------------	---------

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan.....	64
----------------------	----

5.2. Saran.....	65
-----------------	----

5.2.1. Saran Penelitian Lanjutan.....	65
---------------------------------------	----

5.2.2. Saran Guna Laksana.....	65 - 66
--------------------------------	---------

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>67</b>
----------------------------	-----------

<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>68 - 69</b>
----------------------------	----------------

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kisi-kisi Alat Ukur.....	42 - 43
Tabel 3.2. Sistem Penilaian.....	43
Tabel 4.1. Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.2. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.3. Gambaran Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Kartu Seluler Simpati.....	53
Tabel 4.4. Gambaran Responden Berdasarkan Penggunaan Kartu Seluler Merek Lain Selain Kartu Seluler Simpati.....	54
Tabel 4.5. Tipe Loyalitas Konsumen terhadap Kartu Seluler Simpati pada Mahasiswa Usia 18 – 22 Tahun Universitas “X” Bandung.....	54 - 55
Tabel 4.6. Tabulasi Silang Faktor Kebiasaan dan Tipe Loyalitas Konsumen.....	55
Tabel 4.7. Tabulasi Silang Faktor Komponen Merek dan Tipe Loyalitas Konsumen.....	56
Tabel 4.8. Tabulasi Silang Faktor Program Loyalitas dan Tipe Loyalitas Konsumen.....	56
Tabel 4.9. Tabulasi Silang Faktor Situasi dan Tipe Loyalitas Konsumen.....	57

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Kerangka Pemikiran.....	22
Bagan 2.1. Tipe Loyalitas Konsumen.....	25
Bagan 3.1. Rancangan Prosedur Penelitian.....	38

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian dan Data Penunjang

Lampiran 2 Hasil Try Out Penelitian, Validitas, dan Reliabilitas

Lampiran 3 Gambaran Subjek dan Hasil Penelitian