

ABSTRACT

In the present era, the development of technology in the world is progressing very rapidly, it also led to competition in the world of business and technology increasingly stringent. This is what makes each company or firm Nokia should be able to create a good product with high quality to be used by the consumer or user. For a large enterprise company Nokia must have customers who are loyal to the Nokia product goal is to increase sales and profits for the company.

In a period of 3 years from 2009, 2010 and 2011 Nokia products successfully into the market leader in mobile phone sales in the world. But at the end of 2011 until now Nokia product sales begin to decline gradually.

In this study used a sample of 100 respondents with Simple Random Sampling method and using questionnaires. Processing data using SPSS 18 and hypothesis testing using simple linear regression analysis. The research variables are as variable Independent Product Quality and Loyalty as Dependent variables.

From the results of the study showed that the Product Quality factor positive effect on factors Loyalty, acceptable, with 6.2% of the influence of the remaining 93.8% influenced by other factors.

Keywords: Nokia, Product Quality, Loyalty.

ABSTRAK

Di era sekarang, perkembangan teknologi didunia mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini juga menyebabkan persaingan bisnis dalam dunia teknologi semakin meningkat dan ketat. Hal ini yang membuat setiap perusahaan maupun perusahaan Nokia harus dapat menciptakan suatu produk yang baik dengan kualitas yang tinggi agar dapat digunakan oleh konsumen atau pengguna. Untuk menjadi perusahaan yang besar perusahaan Nokia harus memiliki pelanggan yang loyal kepada produk Nokia tujuannya yaitu untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan bagi perusahaan.

Dalam kurun waktu 3 tahun dari 2009, 2010 dan 2011 produk Nokia berhasil menjadi pemimpin pasar dalam penjualan *handphone* didunia. Tetapi pada akhir tahun 2011 sampai sekarang penjualan produk Nokia mulai mengalami penurunan sedikit demi sedikit.

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan metode *Simple Random Sampling* dan menggunakan penyebaran kuesioner. Pengolahan data menggunakan SPSS 18 dan pengujian hipotesis menggunakan uji analisis regresi linier sederhana. Variabel penelitian ini adalah *Product Quality* sebagai variabel *Independent* dan *Loyalty* sebagai variabel *Dependent*.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor *Product Quality* berpengaruh positif terhadap faktor *Loyalty*, dapat diterima, dengan besar pengaruh 6.2% sisanya 93.8% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci: Nokia, *Product Quality*, *Loyalty*.

DAFTAR ISI

	HAL
HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Maksud dan Tujuan	6
1.4. Manfaat Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka	8
2.1.1. Definisi Pemasaran	8
2.1.2. Konsep Inti Pemasaran	11
2.1.3. Bauran Pemasaran	14
2.1.4. Kualitas Produk	17
2.1.5. Dimensi Kualitas	20
2.1.6. Perspektif Kualitas	21

2.1.7.	Manfaat Kualitas	21
2.1.8.	Loyalitas	23
2.1.9.	Manfaat Loyalitas	24
2.1.10.	Perkembangan Loyalitas	26
2.1.11.	Pengukuran Loyalitas	27
2.1.12.	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	28
2.1.13.	Faktor yang mempengaruhi Loyalitas	28
2.1.14.	Merancang dan menciptakan Loyalitas	30
2.1.15.	Hubungan antara pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas ..	32
2.2.	Rerangka Teoritis	33
2.3.	Rerangka Pemikiran	34
2.4.	Model Penelitian	35
2.5.	Penelitian Terdahulu	36
2.6.	Pengembangan Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Pendekatan Penelitian	39
3.2.	Lokasi dan Waktu Penelitian	40
3.2.1.	Lokasi	40
3.2.2.	Waktu Penelitian	40
3.3.	Jenis Penelitian	41
3.4.	Jenis dan Sumber Data	41
3.4.1.	Data Primer	42
3.4.2.	Data Sekunder	43
3.5.	Definisi Operasional Variabel	43
3.5.1.	Operasional Variabel	44
3.6.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	46
3.6.1.	Populasi	46
3.6.2.	Sampel	46
3.6.3.	Teknik Pengambilan Sampel	47
3.7.	Alat Analisis	47
3.7.1.	Validitas	48

3.7.2.	Reliabilitas	49
3.8.	Analisis Regresi	51
3.8.1.	Teknik Pengolahan Data	52

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Karakteristik Responden	54
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	57
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	58
4.2.	Hasil Penelitian	59
4.2.1.	Pernyataan Responden Mengenai Fungsi Produk Nokia	59
4.2.2.	Pernyataan Responden Mengenai Manfaat Produk Nokia	60
4.2.3.	Pernyataan Responden Mengenai Karakteristik Produk Nokia ...	60
4.2.4.	Pernyataan Responden Mengenai Keunggulan Produk Nokia	61
4.2.5.	Pernyataan Responden Mengenai Keistimewaan Fungsi Produk Nokia	62
4.2.6.	Pernyataan Responden Mengenai Keistimewaan Manfaat Produk Nokia	63
4.2.7.	Pernyataan Responden Mengenai Keistimewaan Produk Nokia ...	63
4.2.8.	Pernyataan Responden Mengenai Keistimewaan Keunggulan Produk Nokia	64
4.2.9.	Pernyataan Responden Mengenai Produk Nokia Yang Tidak Mudah Rusak	65
4.2.10.	Pernyataan Responden Mengenai Produk Nokia Yang Tahan Uji	66
4.2.11.	Pernyataan Responden Mengenai Produk Nokia Yang Dapat Dipercaya	67
4.2.12.	Pernyataan Responden Mengenai Spesifikasi Produk Nokia	68
4.2.13.	Pernyataan Responden Mengenai Standar Produk Nokia	68
4.2.14.	Pernyataan Responden Mengenai Umur / Masa Pakai Produk Nokia	69

4.2.15. Pernyataan Responden Mengenai Daya Tahan Produk Nokia	70
4.2.16. Pernyataan Responden Mengenai Kecepatan Perbaikan Produk Nokia	71
4.2.17. Pernyataan Responden Mengenai Kemampuan Perbaikan Produk Nokia	71
4.2.18. Pernyataan Responden Mengenai Kemudahan Perbaikan Produk Nokia	72
4.2.19. Pernyataan Responden Mengenai Keindahan Dilihat Produk Nokia	73
4.2.20. Pernyataan Responden Mengenai Kualitas Yang Dirasakan Produk Nokia	74
4.2.21. Pernyataan Responden Mengenai Pembelian Secara Teratur	75
4.2.22. Pernyataan Responden Mengenai Merekomendasikan Kepada Orang Lain	76
4.2.23. Pernyataan Responden Mengenai Pembelian Diluar Lini Produk	77
4.2.24. Pernyataan Responden Mengenai Kebal Terhadap Produk Pesaing	78
4.3. Uji Validitas	79
4.3.1. Analisis KMO MSA	80
4.4. Uji Reliabilitas	82
4.5. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	83
4.5.1. Pembahasan	86

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	90
5.2. Keterbatasan Penelitian	91
5.3. Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Konsep Inti Pemasaran	11
Gambar 2: Berbagai Variabel dalam Bauran Pemasaran	15
Gambar 3: Manfaat Kualitas ditinjau dari Pasar	22
Gambar 4: Manfaat Kualitas ditinjau dari Biaya	22
Gambar 5: Tahap Loyalitas	27
Gambar 6: Rerangka Teoritis	33
Gambar 7: Rerangka Pemikiran	34
Gambar 8: Model Penelitian	35

DAFTAR TABEL

Tabel I: <i>Worldwide Mobile Device Sales to End User in 2009 - 2011</i> (Thousands of Units)	4
Tabel II: 4P dan 4C	17
Tabel III: Penelitian Terdahulu	36
Tabel IV: Operasional Variabel	44
Tabel V: Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert	52
Tabel VI: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel VII: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel VIII: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	57
Tabel IX: Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	58
Tabel X: Produk Nokia Memiliki Fungsi Yang Baik	59
Tabel XI: Produk Nokia Memiliki Manfaat Yang Tinggi	60
Tabel XII: Produk Nokia Memiliki Karakteristik Produk Yang Baik	61
Tabel XIII: Produk Nokia Memiliki Keunggulan Produk Yang Tinggi	61
Tabel XIV: Produk Nokia Memiliki Keistimewaan Fungsi Yang Baik	62
Tabel XV: Produk Nokia Memiliki Keistimewaan Manfaat Yang Tinggi	63
Tabel XVI: Produk Nokia Memiliki Keistimewaan Produk Yang Cukup Baik	64
Tabel XVII: Produk Nokia Memiliki Keistimewaan Keunggulan Produk Yang Cukup	65
Tabel XVIII: Tingkat Produk Nokia Tidak Mudah Rusak	66
Tabel XIX: Tingkat Produk Nokia Tahan Uji	66
Tabel XX: Tingkat Produk Nokia Dapat Dipercaya	67
Tabel XXI: Produk Nokia Sesuai Dengan Spesifikasi Yang Telah Ditentukan	68
Tabel XXII: Produk Nokia Sesuai Dengan Standar Yang Telah Ditentukan	69
Tabel XXIII: Produk Nokia Memiliki Umur / Masa Pakai Yang Lama	69

Tabel XXIV: Produk Nokia Memiliki Daya Tahan Pemakaian Yang Lama	70
Tabel XXV: Produk Nokia Mempunyai Kecepatan Dalam Perbaikan	71
Tabel XXVI: Produk Nokia Mempunyai Kemampuan Dalam Perbaikan	72
Tabel XXVII: Produk Nokia Mempunyai Kemudahan Dalam Perbaikan	72
Tabel XXVIII: Produk Nokia Mempunyai Keindahan Ketika Dilihat	73
Tabel XXIX: Produk Nokia Mempunyai Kualitas Yang Dapat Dirasakan Konsumen	74
Tabel XXX: Saudara Tertarik Melakukan Pembelian Secara Teratur	75
Tabel XXXI: Saudara Tertarik Untuk Merekomendasikan Kepada Orang Lain	76
Tabel XXXII: Saudara Tertarik Untuk Melakukan Pembelian Diluar Lini Produk	77
Tabel XXXIII: Saudara Kebal Terhadap Produk Yang Ditawarkan Pesaing	78
Tabel XXXIV: KMO MSA (<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy</i>)	80
Tabel XXXV: Hasil Uji Validitas	81
Tabel XXXVI: Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel XXXVII: Pengujian Hipotesis	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner	99
Lampiran B Data Mentah	104
Lampiran C Data Frequencies	109
Lampiran D Uji Validitas	124
Lampiran E Uji Reliabilitas	141
Lampiran F Uji Regresi Sederhana	146