

## ABSTRAK

Pada masa sekarang ini, masa globalisasi, setiap orang pasti menginginkan kemudahan dalam berkomunikasi satu sama lain. Pada beberapa tahun yang lalu ponsel merupakan barang yang prestisius dan jarang dimiliki semua orang, tetapi sekarang ini ponsel sudah menjadi suatu gaya dan kebutuhan hidup. Bila kita berjalan-jalan ke tempat umum, akan terlihat hampir semua orang mempunyai ponsel.

Penulis melakukan penelitian di Universitas Kristen Maranatha, yang berlokasi di Jalan Surya Sumantri, Bandung. Objek penelitiannya adalah pengaruh kepuasan konsumen mahasiswa Maranatha pemakai ponsel terhadap *Brand Loyalty*. Penelitian ini dilakukan mulai Oktober 2007 sampai dengan bulan Desember 2007.

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan penelitian melalui data data yang diterima. Sedangkan untuk memperoleh data, dilakukan penelitian lapangan berupa penyebaran kuesioner.

Hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner untuk pengujian hipotesis adalah besarnya pengaruh Kepuasan Konsumen Mahasiswa Maranatha Pemakai Ponsel terhadap *Brand Loyalty* yaitu sebesar  $0,244 \times 100\% = 24.4\%$ .

Kesimpulan yang diperoleh penulis dalam penelitian Mahasiswa Maranatha di Universitas Kristen Maranatha adalah terdapat pengaruh antara Kepuasan Konsumen Mahasiswa Maranatha Terhadap *Brand Loyalty*, dapat dilihat dari pengolahan data pada kuesioner yang telah dilakukan.

**Kata Kunci: Kepuasan Konsumen dan *Brand Loyalty*.**

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	3
1.4 Kerangka Penelitian .....	4
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.2 Definisi Kepuasan Konsumen .....	11
2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Konsumen .....	13
2.4 Tahap dalam Proses Pembelian .....	18
2.5 Loyalitas Konsumen .....	21
2.5.1 Ciri-ciri Konsumen yang Loyal .....	22
2.5.2 Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam Mempertahankan Konsumen .....	22
2.5.2.1 Mempertahankan Konsumen .....	23
2.5.3 Lima <i>Loyalty Tools</i> agar Perusahaan menjadi Kebal dari Kekecewaan Pelanggan .....	24
2.5.3.1 Menciptakan Loyalitas Pelanggan .....	25
2.5.3.2 Membangun Loyalitas Pelanggan .....	25

2.6	Hubungan Antara Penampilan Produk dengan Loyalitas Konsumen pada Ponsel Nokia .....	27
2.7	Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ) .....	28
2.8	Hipotesis .....	30

### **BAB III TINJUAN PUSTAKA**

3.1	Metode Penelitian .....	34
3.1.1	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.1.2	Jenis Penelitian .....	35
3.1.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	35
3.1.4	Operasional Variabel .....	36
3.1.5	Penyusunan Kuesioner .....	39
3.1.6	Teknik Analisis Data .....	39
3.2	Teknik Pengambilan Sampel .....	40
3.2.1	Analisis Regresi Linear .....	41
3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
3.3.1	Uji Validitas .....	41
3.3.2	Uji Reliabilitas .....	43
3.4	Rancangan Pengujian Hipotesis .....	44
3.5	Skala Pengukuran .....	45
3.6	Koefisien Determinasi .....	46

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

4.1	Gambaran Umum Responden .....	47
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
4.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia .....	48
4.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Uang Saku per bulan .....	48
4.1.4	Gambaran Responden Berdasarkan	

	Jurusan atau Fakultas yang diambil .....	49
4.1.5	Gambaran Responden Berdasarkan Merek Ponsel .....	50
4.2	Deskripsi Jawaban Responden .....	51
4.2.1	Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan .....	52
4.2.1.1	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Menu yang Lengkap .....	52
4.2.1.2	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Menunjang Harga Diri Pemakainya .....	53
4.2.1.3	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Kemudahan dalam Pemakaiannya .....	54
4.2.1.4	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Fasilitas Interior yang Canggih .....	55
4.2.1.5	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Kelengkapan Variasi Eksterior .....	56
4.2.1.6	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Teknologi Yang Canggih .....	57
4.2.1.7	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Tidak Mudah Mengalami Kerusakan .....	58
4.2.1.8	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Daya Tahan yang Kuat .....	59
4.2.1.9	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Waktu Standby	

	Baterai yang lama .....	60
4.2.1.10	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Kesesuaian dengan Spesifikasi Pabrik .....	61
4.2.1.11	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Kemudahan dalam Mengakses Menu .....	62
4.2.1.12	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Purna Jual yang sesuai dengan yang dijanjikan .....	63
4.2.1.13	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Dapat Dipakai bila dalam Perjalanan Jauh .....	64
4.2.1.14	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Usia Ekonomis yang Panjang .....	65
4.2.1.15	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Daya Tahan Komponen yang Tinggi .....	66
4.2.1.16	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Apabila Mengalami Kerusakan Mudah Diperbaiki .....	67
4.2.1.17	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Suku Cadang Mudah didapat .....	68
4.2.1.18	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Tempat Service Mudah ditemui .....	69
4.2.1.19	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Bentuk yang Menarik .....	70

4.2.1.20	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Pilihan Warna yang Lengkap dan Menarik .....	71
4.2.1.21	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Bentuk Instrumen dan Interior yang Menarik .....	72
4.2.1.22	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Citra Perusahaan yang Bagus .....	73
4.2.1.23	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Dapat Dibanggakan Sebagai Handphone Masa Depan yang Canggih .....	73
4.2.1.24	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Kualitas yang Baik .....	74
4.2.2	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	75
4.2.2.1	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Memiliki Merek Handphone yang Saya Pakai Memiliki Manfaat yang Lebih dibandingkan Merek Lain .....	75
4.2.2.2	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Saya Semakin Menyukai Handphone yang Saya Punya dibandingkan Merek Lain .....	76
4.2.2.3	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Saya Berniat Untuk Kembali Membeli Merek Handphone yang Saya Punya Sekarang di Masa	

	yang Akan Datang .....	77
4.2.2.4	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Jika Saya Butuh Handphone Jenis ini Saya akan Membeli Merek Handphone yang Sudah Saya Miliki Sekarang .....	78
4.2.2.5	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Jika Ada Merek Handphone Lain Tipe Sejenis dengan Harga yang Relatif Sama, Namun Menjanjikan Kualitas Lebih Baik, Maka Saya Akan Beralih ke Handphone Merek Tersebut .....	79
4.2.2.6	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Jika Ada Ketidakpuasan dengan Handphone yang Sekarang ini, Maka Saya Akan Beralih ke Handphone Merek Lain .....	80
4.2.2.7	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Saya Berniat Untuk Membeli Handphone Merek Lain Untuk Tipe Handphone yang Sejenis .....	81
4.2.2.8	Tanggapan Responden Berdasarkan Item Pertanyaan Saya Akan Membeli Handphone Merek Lain, Jika Membutuhkan Handphone yang Sejenis dengan Merek Handphone Sekarang ini yang Saya Pakai .....	82

4.3	Analisis Data .....	83
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	83
4.3.1.1	Uji Validitas .....	83
4.3.1.2	Uji Reliabilitas .....	87
4.4	Teknik Analisis Data .....	90
4.4.1	Uji Regresi Linear .....	90
4.5	Analisis Akhir Pengaruh Kepuasan Konsumen Mahasiswa Maranatha Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	92

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	94
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	96
5.3	Saran .....	97

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kepuasan Pelanggan .....	5
Gambar 1.2 Loyalitas .....	6
Gambar 1.3 Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan .....	6
Gambar 1.4 Model hubungan Kepuasan Dengan Loyalitas .....	7
Gambar 1.5 Kerangka Pemikiran .....	8
Gambar 2.1 Steps Between Evaluation of Alternatives And a Purchases Decision .....	20
Gambar 2.2 Piramida Loyalitas .....	29
Gambar 2.3 Nilai Loyalitas Merek .....	31

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Variabel-variabel yang diuji.....	37
Tabel 3.2 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang saku Perbulan .	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Ponsel .....	51
Tabel 4.6 Memiliki Menu Yang lengkap .....	52
Tabel 4.7 Menunjang Harga Diri Pemakainya .....	53
Tabel 4.8 Kemudahan Dalam Memakainya .....	54
Tabel 4.9 Memiliki Fasilitas Interior yang Canggih .....	55
Tabel 4.10 Memiliki Kelengkapan Variasi Eksterior .....	56
Tabel 4.11 Memiliki Teknnologi yang Canggih .....	57
Tabel 4.12 Tidak Mudah Mengalami Kerusakan .....	58
Tabel 4.13 Memiliki Daya Tahan yang Kuat .....	59
Tabel 4.14 Waktu Standby Baterai yang lama .....	60
Tabel 4.15 Memiliki Kesesuaian Dengan Spesifikasi Pabrik .....	61
Tabel 4.16 Memiliki Kemudahan Dalam Mengakses Menu yang dijanjikan .....	62
Tabel 4.17 Memiliki Purna Jual yang sesuai Dengan yang Dijanjikan ...	63
Tabel 4.18 Dapat Dipakai Bila Dalam Perjalanan Jauh .....	64
Tabel 4.19 Memiliki Usia Ekonomis yang Panjang .....	65

Tabel 4.20	Memiliki Daya Tahan Komponen yang tinggi .....	66
Tabel 4.21	Apabila Mengalami Kerusakan Mudah Diperbaiki .....	67
Tabel 4.22	Suku cadang mudah Didapat .....	68
Tabel 4.23	Tempat Service mudah didapat .....	69
Tabel 4.24	Memiliki Bentuk yang Menarik .....	70
Tabel 4.25	Memiliki pilihan Warna yang Lengkap dan Menarik .....	71
Tabel 4.26	Memiliki bentuk Instrumen dan Interior yang Menarik .....	72
Tabel 4.27	Memiliki Citra Perusahaan yang Bagus.....	73
Tabel 4.28	Dapat Dibanggakan Sebagai Handphone Masa Depan yang Canggih .....	73
Tabel 4.29	Memiliki Kualitas yang Baik .....	74
Tabel 4.30	Merek Handphone yang Saya Pakai Memiliki Manfaat Yang Lebih Dibandingkan Merek Lain .....	75
Tabel 4.31	Saya Semakin Menyukai Handphone yang Saya Punya Dibandingkan Merek lain .....	76
Tabel 4.32	Saya Berniat Untuk kembali Membeli Merek handphone Saya Punya Sekarang Dimasa yang Akan Datang .....	77
Tabel 4.33	Jika Saya Butuh Handphone jenis Ini Saya Akan Membeli Merek Handphone yang Sudah Saya Miliki Sekarang .....	78
Tabel 4.34	Merek Handphone Lain Tipe Sejenis Dengan Harga yang Relatif Sama, Namun Menjanjikan Kualitas Lebih Baik .....	79

Tabel 4.35	Jika Ada Ketidakpuasan Dengan handhone yang Sekarang ini, Saya akan Beralih ke Handphone Merek Lain .....	80
Tabel 4.36	Saya Berniat Untuk Membeli Handphone Merek Lain Untuk tipe Handphone yang Sejenis .....	81
Tabel 4.37	Akan Membeli Handpone Lain Jika Membutuhkan Handphone .....	82
Tabel 4.38	Uji Validitas Awal .....	84
Tabel 4.39	Uji Validitas Akhir .....	86
Tabel 4.40	Uji Reliabilitas Akhir .....	88
Tabel 4.41	Reliabilitas Instrumen penelitian .....	90
Tabel 4.42	Hasil Uji Analisis Regresi Linier .....	91

