

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak pengaruh kualitas dan harga terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Samsung di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Maret 2016 sampai Juni 2016. Penelitian ini menggunakan analisis *Causal Explanatory*, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner (angket). Variable yang digunakan adalah Kualitas (X1), Harga (X2), Loyalitas (Y). Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan pengaruh kualitas dan harga terhadap loyalitas sebesar 37,3 %, sisanya adalah sebesar 63,7 % dipengaruhi oleh faktor variable lain (misalnya : promosi dan lokasi).

Kata Kunci : Harga, Kualitas, Loyalitas



Abstract

This study aims to determine the impact of the influence of quality and product price to Samsung smartphone users loyalty in Maranatha Christian University. This research was carried out from March 2016 to June 2016. It used Causal Explanatory analysis and the data collection technique used is questionnaire (question form). Variable used is the quality (X1), price (X2), loyalty (Y). According to the research , the effect of quality and price to loyalty is 37.3%, the rest 67.3% the rest is affected by other variables (eg, promotion and location).

Keywords : Quality, Price, Loyalty



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1.Kajian Pustaka	9
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.2. Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
2.1.3. Produk	16
2.1.4. Pengertian Kualitas Produk.....	23
2.1.5. Harga	25
2.1.6. Pengertian Loyalitas.....	31
2.2 Rerangka Teoritis	35
2.3 Rerangka Pemikiran	36
2.4 Penelitian Terdahulu.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.3 Jumlah Sampel Minimum	40
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.5 Definisi Operasional Variable.....	42
3.6 Metode Pengumpulan Data	47
3.7 Teknik Pengujian Data	47
3.7.1. Uji Normalitas	47
3.7.2. Uji Multikolinieritas.....	48
3.7.3. Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.8 Metode Analisis Data.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1. Uji Validitas	51
4.2.2. Rotated Component Matrix.....	52
4.2.3. Uji Reliabilitas	53
4.2.4. Uji Normalitas	56
4.2.5. Uji Multikolinieritas.....	57
4.2.6. Uji Heteroskedastisitas.....	58
4.2.7. Analisis Determinasi	59
4.2.8. Analisis Korelasi Ganda (R)	60
4.2.9. Uji Regresi Berganda	61
4.2.9.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	63
4.2.9.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	63

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Teoritis	35
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran	37



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variable.....	42
Tabel 4.1 KMO and Bartlett's test	52
Tabel 4.2 Rotated Component Matrix.....	52
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Kualitas Produk	54
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Harga Produk.....	54
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Loyalitas	55
Tabel 4.6 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	56
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas.....	59
Tabel 4.9 Model Summary.....	59
Tabel 4.10 Coefficients	61
Tabel 4.11 ANOVA	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A KUISIONER.....	69
Lampiran B DATA RESPONDEN.....	73
Lampiran C KUALITAS PRODUK.....	77
Lampiran D HARGA PRODUK.....	81
Lampiran E LOYALITAS	85

