

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Studi Deskriptif Mengenai Loyalitas Konsumen Terhadap Produk iPhone Pada Mahasiswa Universitas “X” Bandung. Tipe penelitian adalah penelitian deskriptif, dimana penelitiannya bersifat menjelaskan mengenai fenomena yang terjadi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tipe loyalitas konsumen pada mahasiswa yang menggunakan iPhone dalam kaitannya dengan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas.. Loyalitas konsumen merupakan kombinasi dari kesetiaan sikap (keterikatan emosional) dengan kesetiaan perilaku (perilaku membeli berulang) konsumen. Loyalitas konsumen memiliki 4 tipe, yaitu true loyalty (kesetiaan sikap dan perilaku tinggi), latent loyalty (kesetiaan sikap tinggi dan kesetiaan perilaku rendah), spurious loyalty (kesetiaan sikap rendah dan kesetiaan perilaku tinggi), dan no loyalty (kesetiaan sikap dan perilaku rendah).

Alat ukur yang digunakan berupa kuesioner yang berdasarkan teori loyalitas konsumen yang dikemukakan oleh Dick and Basu (1994). Jumlah item yang digunakan adalah 38 item yang diambil dari 43 item berdasarkan hasil uji validitas dengan kriteria yang dikemukakan oleh Lisa Friedenberg. Koefisien reliabilitas sebesar 0.816, dengan tingkat reliabilitas sangat tinggi. Jumlah sampel dalam penelitian ini 142 responden dengan karakteristik responden yaitu mahasiswa yang sedang menggunakan iPhone. Sampling yang digunakan adalah simple random sampling.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui tipe loyalitas konsumen mahasiswa pengguna iPhone yaitu true loyalty 96,48% (137 responden), latent loyalty sebanyak 1,41% (2 responden), no loyalty sebanyak 0,70% (1 responden), dan spurious loyalty sebanyak 1,41% (2 responden). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas $\pm 80\%$ konsumen yang menggunakan iPhone memiliki pengaruh lingkungan yang cukup besar dan perilaku pembelian berulang walaupun tidak semua konsumen melakukan pembelian. Hasil juga menunjukkan $\pm 20\%$ konsumen yang menggunakan iPhone tidak terpengaruhi oleh lingkungan dan tetap melakukan pembelian berulang.

Saran bagi pihak Apple Store diharapkan untuk membuat member card bagi para konsumen agar memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi mengenai promo terbaru dari iPhone atau produk Apple lainnya sehingga dapat meningkatkan kesetiaan sikap dan perilaku konsumen. Saran untuk peneliti lain adalah untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai tipe loyalitas konsumen terhadap produk iPhone dengan ruang lingkup yang lebih luas lagi tidak hanya terbatas pada mahasiswa saja tapi dapat dilakukan penelitian pada karyawan di suatu instansi.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	
1.3.1 Maksud Penelitian.....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian	
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	11
1.5 Kerangka Pikir.....	11
1.6 Bagan Kerangka Pikir.....	20

1.7	Asumsi.....	20
-----	-------------	----

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Loyalitas Konsumen	
2.1.1	Pengertian Loyalitas Konsumen.....	22
2.1.2	Tipe Loyalitas.....	22
2.1.3	Dimensi Loyalitas.....	23
2.1.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	24
2.1.5	Keuntungan Loyalitas Konsumen.....	26
2.3	Teori Produk	
2.3.1	Pengertian Produk.....	29
2.3.2	Klasifikasi Produk.....	29
2.4	Konsumen	
2.4.1	Pengertian Konsumen.....	30
2.4.2	Tipe Konsumen.....	31
2.5	Perilaku Pembeli.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Rancangan dan Prosedur Penelitian.....	33
3.2	Bagan Prosedur Penelitian.....	33
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	
3.3.1	Variabel Penelitian.....	34
3.3.2	Definisi Operasional.....	34
3.4	Alat Ukur	
3.4.1	Jenis Alat Ukur.....	35
3.4.2	Prosedur Pengisian Item	35
3.4.3	Sistem Penilaian	36
3.4.4	Kategori Loyalitas Konsumen	37
3.4.5	Uji Coba Alat Ukur.....	38
3.4.6	Validitas dan Reliabilitas.....	38
3.4.6.1	Validitas alat ukur.....	39
3.4.6.2	Reliabilitas alat ukur.....	40
3.4.7	Data Pribadi dan Data Penunjang	
3.4.7.1	Data Pribadi.....	41
3.4.7.2	Data Penunjang.....	41
3.5	Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	
3.5.1	Populasi Sasaran.....	41
3.5.2	Karakteristik Sampel.....	42
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel.....	42

3.6 Teknik Analisis Data.....	42
-------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Responden	44
4.2. Hasil Penelitian	45
4.3. Pembahasan	45

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	50
5.2. Saran	50

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.	Bagan Kerangka Pikir.....	20
Bagan 2.	Bagan Prosedur Penelitian.....	33

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Pembagian Item dalam Kuesioner Loyalitas Konsumen.....	35
Tabel 3.2. Sistem Penilaian	36
Tabel 3.3. Kategori Skor Total Kesetiaan Sikap	37
Tabel 3.4. Kategori Skor Total Kesetiaan Perilaku.....	37
Tabel 4.1. Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.2. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3. Tipe Loyalitas Konsumen Mahasiswa Pengguna iPhone.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Alat Ukur Kuesioner Tiper Loyalitas Konsumen
- Lampiran 2 : Data Penunjang
- Lampiran 3 : Skor Data Mentah Kesetiaan Sikap dan Kesetiaan Perilaku
- Lampiran 4 : Tabulasi Silang antara Tipe-Tipe Loyalitas Konsumen dengan
Faktor yang mempengaruhi
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Item Kuesioner