

ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP

TELEPON SELULAR MERK NOKIA

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta**



Oleh:

PUTRI DEWI KUSUMAWARDANI

20000410042

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI
ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP TELEPON SELULAR
MEREK NOKIA
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

Diajukan oleh
PUTRI DEWI KUSUMAWARDANI
20000410042

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pembimbing


Dra. Hasnah Rimiati M.Si
NIK 143006

Tanggal 08 Desember 2004

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



(Galili Galilae)

Dalam setiap jiwa pemimpin Tuhan telah menyedemakan cahaya terang.
manan manusia masih berkeras membangun kehidupan di luar dirinya tanpa
pernah sadar bahwa yang diautarkannya bersemayam di dalam dirinya sendiri

(Roharudin)

Orang yang mempunyai tujuan dalam hidupnya tidak akan mempunyai hari
akhir untuk berkarya dan beramal

(Al-Muhammad [58]:11)

dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat
Maka akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu



Halaman Persembahan

Dengan mengubah nama *Wahid S.W.J* yang sudah pernahku lagi maka pengarang dan dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, mengucapkan terima kasih kepada :

Prof. Budi Sukandjo dan Wicaksono Wibisono selaku dosen di Universitas Brawijaya yang sudah menjadi panutan dan idola sepanjang masa, dan dan kasihmu tak terlulus waktu

Ferry (G&G), Otiyogi dan Budjo (Budu), baikku terimakasih, semoga damai tercipta di keluarga semuanya

Ona dan Tans di Padang atas wejangan-wejangan untuk selalu kuat dan berjuang tanpa menyerah.

Letter of Love - Mace Ghani ada di setiap hati dan pikiran selalu.

SATU KATA

Sharon (Sharon), makasih ya udah munguin pendidikan dan bantuin penulis sehingga akhirnya seperti ini.

Stevan (Stevan) makasih atas jalinan persahabatanya selama ini.

Mangjamen 2000 Oti, Otiy, Otiy, Wac, Wicaksono dan semuanya yang tak mungkin penulis sebutkan satu per satu. Perjuangan bersama sampai akhirnya . . .

Teman seperjuangan : Kelly, Fendi, Ito, Otiy, Dami, Her dan

Jokan, semua itu sudah ada hikmahnya . . .



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas terselasaikannya skripsi dengan judul “ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP TELEPON SELULAR MEREK NOKIA (studi kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)” karya tulis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, berhubung dengan keterbatasan-keterbatasan yang penulis miliki. Walaupun demikian penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar inti dari pembahasan dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi para pembaca.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah mendorong dan membantu penulis baik secara langsung maupun tidak dalam penyusunan skripsi ini dan secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1. Bapak DR. H. Khoiruddin Bashori M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.**
- 2. Bapak Misbahul Anwar S.E. M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.**

3. Ibu Dra. Hasnah Rimiayati M.Si., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan pengarahannya serta bimbingan kepada penulis.
4. Ibu Rr. Sri Handari S.E Msi., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang penuh kesabaran telah memberikan saran-saran dan masukan kepada penulis demi terselesainya penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta para Staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk selama masa perkuliahan.

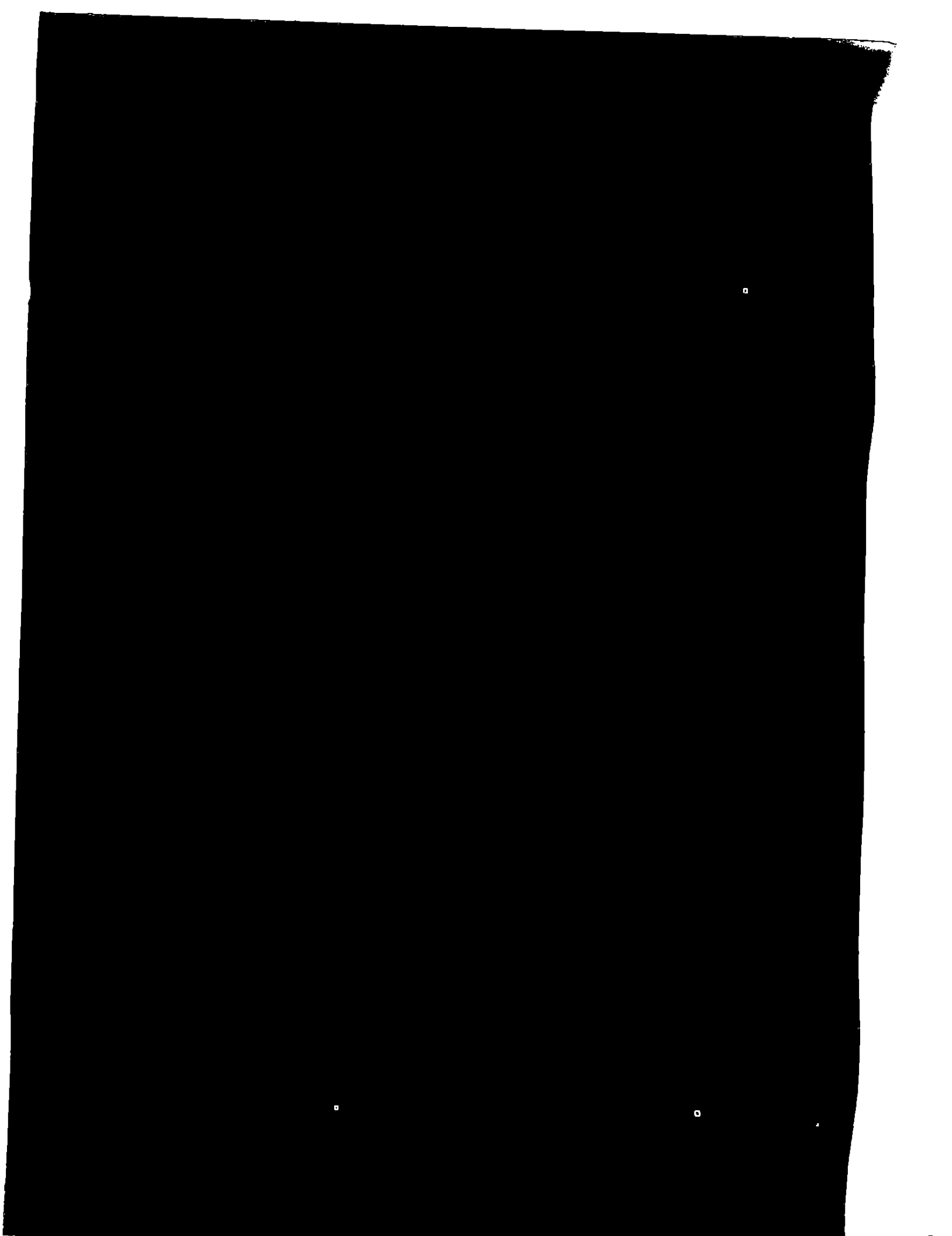
Akhirnya penulis berharap semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan atas bantuan dan kebaikannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya bagi UMY dan pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 25 Januari 2005

Penulis

(Putri Dewi Kusumawardani)





DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teori	6
1. Pengertian Pemasaran dan Definisi Pemasaran	6
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	7
3. Arti Penting Konsep Pemasaran	8
4. Pengertian Perilaku Konsumen	10
5. Teori-teori Perilaku Konsumen	11
6. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
7. Pengertian Loyalitas Merek	10

	8. Fungsi Loyalitas Merek	21
	9. Tingkatan Brand Loyalty	23
	B. Hasil Penelitian Terdahulu	24
	C. Hipotesis	25
BAB III	METODE PENELITIAN	27
	A. Subyek Penelitian	27
	B. Teknik Pengambilan Sampel	27
	C. Jenis Data	28
	D. Teknik Pengumpulan Data	28
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
	F. Uji Kualitas Data	31
	1. Uji Validitas	32
	2. Uji Reliabilitas	33
	G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	33
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian	39
	1. Sejarah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	39
	2. Organisasi dan Personalia	45
	3. Sekilas Tentang Nokia	48
	4. Analisis Deskriptif	51
	B. Uji Kevalidan Data	54
	1. Uji Validitas	55
	2. Uji Reliabilitas	56
	C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	56
	D. Pembahasan (Interpretasi)	75
BAB V	SIMPULAN,SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN..	77
	A. Simpulan	77
	B. Saran	79
	C. Keterbatasan Penelitian	80

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	82
LAMPIRAN 1 Kuesioner	83
LAMPIRAN 2 Data Responden.....	89
LAMPIRAN 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	98
LAMPIRAN 4 Hasil Aritmetik Mean	104

DAFTAR TABEL

4.1.	Daftar Jumlah Mahasiswa Aktif	45
4.2.	Data Identitas Responden Telepon Selular Merek Nokia	51
4.3.	Data Responden Berdasarkan Lamanya memakai Nokia	52
4.4.	Data Responden Yang Menggunakan Telepon Selular Merek Lain ..	53
4.5.	Data Telepon Selular yang Digunakan Selain Nokia	54
4.6.	Hasil Uji Validitas	55
4.7.	Hasil Uji Reliabilitas	56
4.8.	Kemungkinan Perpindahan dari satu merek ke merek lain	58
4.9.	Tanggapan Responden pada Tahap Switcher pertanyaan No.1	61
4.10.	Tanggapan Responden pada Tahap Switcher pertanyaan No.2	61
4.11.	Tanggapan Responden pada Tahap Switcher pertanyaan No.3	62
4.12.	Rerata dan Loyalitas Switcher	62
4.13.	Tanggapan Responden pada Tahap Habitual Buyer pertanyaan No.4 ..	63
4.14.	Tanggapan Responden pada Tahap Habitual Buyer pertanyaan No.5 ..	64
4.15.	Tanggapan Responden pada Tahap Habitual Buyer pertanyaan No.6 ..	64
4.16.	Rerata dan Loyalitas Habitual Buyer	65
4.17.	Tanggapan Responden pada Tahap Satisfied Buyer pertanyaan No.7 ..	66
4.18.	Tanggapan Responden pada Tahap Satisfied Buyer pertanyaan No.8 ..	66
4.19.	Tanggapan Responden pada Tahap Satisfied Buyer pertanyaan No.9 ..	67
4.20.	Rerata dan Loyalitas Satisfied Buyer	67
4.21.	Tanggapan Responden pada Liking The Brand pertanyaan No.10	68
4.22.	Tanggapan Responden pada Liking The Brand pertanyaan No.11	69
4.23.	Tanggapan Responden pada Liking The Brand pertanyaan No.12	69
4.24.	Rerata dan Loyalitas Liking The Brand	70
4.25.	Tanggapan Responden pada Committed Buyer pertanyaan No.13	71
4.26.	Tanggapan Responden pada Committed Buyer pertanyaan No.14	71
4.27.	Tanggapan Responden pada Committed Buyer pertanyaan No.15	72
4.28.	Rerata dan Loyalitas Committed Buyer	73
4.29.	Rerata (mean) Tingkatan Brand Loyalty	73
4.30.	Proporsi Tingkatan Brand Loyalty	74