

INTISARI

Kebutuhan dan penerimaan oleh konsumen merupakan faktor penentuan produk yang hendak diproduksi, harga yang sesuai dan metode pemasarannya sampai tingkat loyalitas pelanggan terhadap suatu produk yang dihasilkan.

Untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan terhadap suatu produk perlu metode penelitian lebih lanjut. Produk yang akan dianalisis adalah telepon selular merek Nokia dikarenakan besarnya pangsa pasar telepon selular merek Nokia.

Metode penelitian meliputi pemilihan subyek penelitian, teknik pengambilan sampel (*convenience sampling*), jenis data (data primer), teknik pengumpulan data (wawancara/kuesioner), definisi operasional variabel penelitian (*brand loyalty*), uji kualitas data (pengujian validitas menggunakan *product moment coefficient of correlation* dan pengujian reliabilitas menggunakan teknik *cronbach alpha*) dan uji hipotesis dan analisis data (metode skala likert/*summated ratings scale*) dan untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen menggunakan rumus *possibility rate trasition* (ProT) dan untuk mengetahui tingkatan *brand loyalty* menggunakan analisis *arithmatic mean*.

Hasil penelitian dan analisis dapat diambil kesimpulan bahwa nilai ProT untuk produk Nokia adalah yang paling kecil dibandingkan produk telepon selular lainnya dan ini berarti tingkat loyalitas pelanggan untuk produk Nokia semakin besar, tingkatan *brand loyalty* berurutan dari persentase yang paling besar ke persentase yang paling kecil yaitu tingkatan *satisfied Buyer*, *habitual buyer*, *liking the brand*, *committed buyer* dan yang terakhir adalah *switcher*.

Kata kunci: *brand loyalty*, *switcher*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand*, *committed buyer*

ABSTRACT

Necessity and acceptance of consumer is a factor for selection of product, suitable price and marketing method for getting customer loyalty.

Purposed to estimate customer loyalty level need further research method. Product which it will be analyzed is mobile telephone with trademark Nokia.

Detailed research method covered selection of subject research, convenience sampling, primary data, collecting sampling (interview/questionnaire), brand loyalty, quality data test (validity test using product moment coefficient of correlation and reliability test using ronbach's alpha) and hypothesis test with data analysis (summated ratings scale) and purposed to estimate customer loyalty level using formula possibility rate transition (ProT) and brand loyalty level using formula arithmetic mean analysis.

Result of research summarized as follows, ProT value for Nokia trademark is smaller than other mobile cellular telephone. It means that customer loyalty for Nokia trademark getting high and brand loyalty level (sort by percentage) are satisfied buyer, habitual buyer, liking the brand, committed buyer and switcher.

Key words: brand loyalty, switcher, habitual buyer, satisfied buyer, liking the