



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

**ANALISIS KUALITAS PRODUK HANDPHONE
NOKIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

SKRIPSI

WINDAYANI

0910111024

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

2013

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua

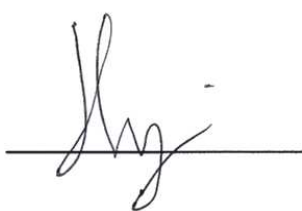
sumber baik yang dikutip maupun dirujuk

telah saya nyatakan dengan benar

Nama : **WINDAYANI**

NIM : **0910111024**

Tanggal : **2013**

Tanda Tangan : 

HANDPHONE NOKIA PRODUCT QUALITY ANALYSIS OF CUSTOMER LOYALTY WITH BRAND IMAGE AS AN INTERVENING VARIABLE

By

WINDAYANI

Abstract

This study aims to determine and prove the significant influence product quality and brand image on customer loyalty. By using the method of path analysis. Samples taken from people who do use mobile phones nokia in south Jakarta area "because the object has been studied using nokia so it deserves to be investigated. By using SPSS 19. This study used a sample of 130 respondents, 30 and 100 research trials. The results showed that the quality of the products and brand image have a strong and positive relationship to customer loyalty. The results achieved in this study is expected to be a material consideration for the company's progress and useful for writers as well as those reading this paper.

Keywords: Product Quality, Brand Image and Customer Loyalty

**ANALISIS KUALITAS PRODUK HANDPHONE NOKIA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

Oleh

WINDAYANI

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh signifikan kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas pelanggan. Dengan menggunakan metode path analisis. Sampel yang dilakukan diambil dari orang yang menggunakan handphone nokia di wilayah Jakarta selatan” karena objek yang diteliti telah menggunakan handphone nokia sehingga patut untuk diteliti. Dengan menggunakan SPSS 19. Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 130 responden, 30 uji coba dan 100 penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan brand image memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil yang dicapai dalam penelitian ini diharapkan jadi bahan pertimbangan untuk kemajuan perusahaan dan bermanfaat bagi penulis maupun yang membaca penulisan ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Brand Image dan Loyalitas Pelanggan

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : WINDAYANI
NIM : 0910111024
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : S1 Manajemen Pemasaran
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“ANALISIS KUALITAS PRODUK HANDPHONE NOKIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 23 September 2013





**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

**ANALISIS KUALITAS PRODUK HANDPHONE NOKIA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGI
VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

WINDAYANI

0910111024

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

2013

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PRODUK HANDPHONE
NOKIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

WINDAYANI

0910111024

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal: 23 September 2013

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



(Yuliniar, SE, MM)

Jakarta,.....2013

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi S1 Manajemen



(Drs. Nurmatias, MM)



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Sekretariat : Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450. Telp. 7656971, 7692856 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom.upnvj.ac.id

BERITA ACARA KOMPREHENSIF (SKRIPSI) SEMESTER GENAP T.A 2012/2013

Hari ini Senin, tanggal 23 September 2013, telah dilaksanakan Ujian **Komprehensif (Skripsi)** bagi mahasiswa:

Nama Mahasiswa : **Windayani**
No. Pokok : 0910.111.024
Program : **S-1 MANAJEMEN (REGULER)**

Dengan Judul Skripsi Sebagai Berikut :

" ANALISIS KUALITAS PRODUK HANPONE NOKIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING "

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / Tidak Lulus *

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda tangan
1.	Diana Triwardhani, SE, MM	Ketua	1.
2.	Tati Handayani, SE, MM	Anggota I	2.
3.	Yulianiar, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

- *) Coret yang tidak perlu
- ***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 23 September 2013
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprog. S-1 Manajemen



Drs. Nurmatias, MM

S1-Manajemen

PERSEMBAHAN

Ucapan Terima Kasih ku Persembahkan

ALLAH SWT atas segala Rahmat dan hikmahnya yang sangat berlimpah yang telah memberikan kemudahan, serta ridho-nya sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan.

Muhammad SAW atas segala kasih sayang-nya bagi semua manusia disegala masa yang telah membawa manusia kemasanya yang terang.

Persembahkan kepada kedua orang tua dan keluarga terdekat saya atas segala dukungan moral serta kasih sayangnya. Ucapan terima kasih juga disampaikan Kepada Ibu Yuliniar, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dengan iklas serta memberikan kritik dan saran sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan .

Kepada Para dosen Penguji dan para staf dosen yang terlibat dalam membantu pengerjaan tugas akhir ini dengan iklas serta memberikan kritik dan saran sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.

Segenap civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Terima kasih kepada Pihak Blok M Square di Melawai maupun di ITC Fatmawati yang telah mengizinkan saya untuk meneliti di tempat tersebut. Dan Pihak Nokia di Gatot Subroto. Juga para sahabat dan teman-teman seperjuangan yaitu Anggriyani, Julia Setiawati dan lain-lain yang tidak dapat disebutkan namanya. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya.

PRAKATA

Puji dan syukur Penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala kasih dan berkat yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PRODUK HANDPHONE NOKIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”** Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan kelulusan yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi program studi Manajemen Pemasaran, Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta. Penulis menyadari bahwa studi yang dilakukan masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan-keterbatasan yang ada. Namun demikian, Penulis percaya bahwa hal ini tidak mengurangi arti dari penelitian yang telah dilakukan.

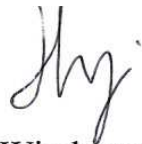
Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, kepada:

1. Koesnadi Kardi, M.Sc, RCDS, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Dra. Erna Hernawati, MM, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Drs. Nurmatias, MM, selaku Ketua Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Yuliniar, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, perhatian, dan bimbingan serta arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Diana Triwardhani, SE, MM dan Suharyati, SE, MM, selaku Dosen Penguji dalam penelitian ini.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan dalam proses belajar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Untuk kedua orang tua ku yang tercinta dan yang sangat saya hormati ayahanda Marwadi dan ibunda Daryati yang memberikan support, moril dan materil dalam proses pengerjaan penelitian ini.
8. Terima kasih kepada Azukni pujaan hati yang selalu memberikan support dan perhatian moril yang sangat tinggi.
9. Sahabat – sahabat tercinta : Anggriyani Hutapea, Julia Setiawati yang telah memberikan dukungan, semangat, suka-duka, pengalaman, kebersamaan dan semua keceriaan yang sangat berarti.
10. Teman – teman seperjuangan manajemen 2009. atas kebersamaan dan semangat berjuang selama kuliah. Semoga sukses dimana pun teman-teman berada.
11. Seluruh staf Dikjar Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta khususnya Bp. Daniel. Terima kasih atas segala bantuan yang sangat berharga selama proses kuliah hingga skripsi.
12. Staf Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, terimakasih atas segala bantuan dalam memberikan referensi teori dan jurnal yang sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa studi ini belum sempurna. Karena itu, masukan dari berbagai pihak sangat Penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 2013



Windayani

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Cirebon pada tanggal 20 September 1990 dari Ayah Marwadi dan Ibu Daryati. Penulis merupakan anak ketiga dari enam bersaudara. Tahun 2009 penulis lulus dari SMK AL MUSYAWIRIN Tahun 2009 penulis melanjutkan studi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis memilih Fakultas Ekonomi dengan Program Studi S1-Manajemen. Dan mengambil konsentrasi manajemen pemasaran.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Pernyataan Orisinalitas	ii
Abstrak	iii
Pernyataan Persetujuan Publikasi	v
Halaman Judul	vi
Pengesahan	vii
Berita Acara Komprehensif	viii
Persembahan	ix
Prakata	x
Riwayat Hidup	xii
Daftar Isi	xiii
Daftar Tabel	xvi
Daftar Lampiran	xvii

BAB I PENDAHULUAN

I.1	Latar Belakang	1
I.2	Rumusan Masalah	3
I.3	Tujuan Penelitian	4
I.4	Manfaat Hasil Penelitian	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

II.1	Hasil Penelitian Terdahulu	5
II.2	Landasan Teori	6
II.2.1	Pengertian Merek	6
II.2.2	Brand Image	11
II.2.3	Pengertian Kualitas	11
II.2.4	Pengertian Produk	12
II.2.4.1	Tiga Level Produk	12
II.2.4.2	Klasifikasi Produk	12

II.2.4.3	Bauran Produk	13
II.2.5	Loyalitas.....	13
II.2.5.1	Perspektif Loyalitas Pelanggan.....	13
II.2.5.2	Dinamika Loyalitas Pelanggan	14
II.2.5.3	Loyalitas dan Siklus Pembelian	15
II.3	Kerangka Pemikiran	15
II.4	Pengembangan Hipotesis	16

BAB III METODE PENELITIAN

III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran variabel.....	18
III.1.1	Definisi Operasional	18
III.1.2	Pengukuran Variabel	18
III.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	20
III.2.1	Populasi.....	20
III.2.2	Sampel.....	20
III.3	Metode Pengumpulan Data	21
III.3.1	Jenis Data	21
III.3.2	Sumber Data	21
III.3.3	Pengumpulan Data	22
III.4	Metode Analisis dan Uji Hipotesis	24
III.4.1	Metode Analisis	26
III.4.2	Uji Hipotesis	26

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

IV.1	Deskripsi Objek Penelitian	30
IV.2	Deskripsi Data Penelitian	36
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	37
IV.3.1	Pengujian Hipotesis	40
IV.3.1.1	Path Analisis	40
IV.3.1.2	Uji T.....	44
IV.3.1.3	Uji F	45

IV.3.1.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
IV.3.2 Pembahasan	47

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan	49
V.2. Saran	49

DAFTAR PUSTAKA	50
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Matriks Hasil Penelitian Terdahulu	5
Tabel III.1	Pengukuran Variabel	18
Tabel III.2	Alternative Jawaban Responden	22
Tabel III.3	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	22
Tabel III.4	Tabel Tingkat Reliabilitas	25
Tabel III.5	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	26
Tabel IV.1	Data Responden	36
Tabel IV.2	Hasil Perhitungan Validitas Kualitas Produk.....	37
Tabel IV.3	Hasil Perhitungan Validitas Brand Image	38
Tabel IV.4	Hasil Perhitungan Validitas Loyalitas Pelanggan	38
Tabel IV.5	Hasil Perhitungan Reliabilitas	39
Tabel IV.6	Hasil Perhitungan Korelasi	39
Tabel IV.	Hasil Perhitungan Path Analisis	40
Tabel IV.11	Hasil Perhitungan Uji T	45
Tabel IV.12	Hasil Perhitungan Uji F	46
Tabel IV.13	Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)	46