

**PENGARUH ATAS ATRIBUT PRODUK TERHADAP
KESETIAAN MEREK NOKIA
(STUDI EMPIRIS PADA PELAJAR SMA NEGERI 3 KOTA
MADIUN)
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Memperoleh Derajat S - 1



Disusun Oleh :

**Johan Ali Safi'i
51402021**

Kepada

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
MADIUN
2008**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul

PENGARUH ATAS ATRIBUT PRODUK TERHADAP KESETIAAN MEREK NOKIA

(STUDI EMPIRIS PADA PELAJAR SMA NEGERI 3 KOTA MADIUN)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Johan Ali Safi'i

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen.

Madiun, Januari 2008

Disetujui dan diterima baik oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Dyah Kurniawati, M.Si

Vivi Ariyani, S.E

Mengetahui

Dekan
Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala
Madiun

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala
Madiun

Sri Rustyaningsih, S.E., M.Si., Akt

Dra. Dyah Kurniawati, M.Si

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi berjudul

**PENGARUH ATAS ATRIBUT PRODUK TERHADAP KESETIAAN
MEREK NOKIA
(STUDI EMPIRIS PADA PELAJAR SMA NEGERI 3 KOTA MADIUN)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Johan Ali Safi'i

Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen.

Madiun, 18 Januari 2008

Tim Penguji

- 1. Veronika Agustini Sri Mulyani, S.E** (.....)
(Ketua)
- 2. Dra. Fransisca Mudjijanti. MM** (.....)
(Anggota)
- 3. Vivi Ariyani, S.E** (.....)
(Anggota)



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“PENGARUH ATAS ATRIBUT PRODUK TERHADAP KESETIAAN
MEREK NOKIA”**

(STUDI EMPIRIS PADA PELAJAR SMA NEGERI 3 KOTA MADIUN)”

adalah karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi manapun.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Madiun, 16 Januari 2008

Johan Ali Safi'i

ABSTRAKSI

Persaingan antar *vendor* telepon seluler sangatlah *kompetitif* dimana produk dari vendor telepon seluler menawarkan banyak kelebihan kepada konsumen. Nokia salah satu merek telepon seluler terkenal di Indonesia melengkapi produknya dengan berbagai fitur dan layanan yang memanjakan konsumen bertujuan mendapatkan kesetiaan merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk (*Value Price Relationship, Product Quality, Product Benefit, Product Features, Product Design, Product Reliability and Consistency* dan *Range of Product or Design*) terhadap kesetiaan merek.

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 50 responden pada pelajar SMA Negeri 3 kota Madiun yang menggunakan telepon seluler Nokia dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Hasil analisis menunjukkan tiap item pernyataan dari kuesioner valid dan reliabel. Hasil analisis regresi berganda variabel *Value Price Relationship* (β_1) = 0,358, *Product Quality* (β_2) = 0,333, *Product Benefit* (β_3) = 0,264, *Product Features* (β_4) = 0,327, *Product Design* (β_5) = 0,248, *Product Reliability and Consistency* (β_6) = 0,06405, *Range of Product or Design* (β_7) = - 0,197. Nilai koefisien korelasi 0,857 dan nilai $R^2 = 0,735$. Pengujian hipotesis menggunakan uji t, *Value Price Relationship, Product Quality, Product Benefit, Product Features, Product Design* berpengaruh terhadap kesetiaan merek sedangkan *Product Reliability and Consistency* dan *Range of Product or Design* tidak berpengaruh terhadap kesetiaan merek.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan sebaiknya berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau menempatkan orientasi pada kesetiaan merek sebagai tujuan utama dengan memberikan harga yang lebih terjangkau konsumen, membuka gerai di setiap kota untuk memudahkan konsumen mendapatkan info mengenai produk Nokia dan menambah produk atau jasa pelayanan agar pilihan produk Nokia untuk masyarakat semakin beragam.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Pembahasan.....	7

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu.....	8
B. Kajian Teori.....	10
1. Manajemen Pemasaran.....	10
a. Pengertian Pemasaran.....	10
b. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2. Kepuasan Konsumen.....	11
3. Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	14
4. Loyalitas Merek.....	17
1) Merek.....	17
2) Pengertian Loyalitas Merek.....	18
3) Tingkatan Loyalitas Merek.....	19
5. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kesetiaan Merek.....	21
6. Kerangka Pemikiran.....	22
7. Hipotesis.....	23

BAB III. METODELOGI PENELITIAN

A. Desain Riset.....	25
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
C. Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional Penelitian.....	27
D. Instrumen Penelitian.....	30
E. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
F. Prosedur Pengumpulan Data.....	32

G. Teknik Analisis Data.....	33
------------------------------	----

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Data Penelian.....	38
a. Gambaran Umum SMA Negeri 3 kota Madiun.....	38
b. Data Responden.....	39
B. Analisis Data.....	40
1. Pengujian Data.....	41
2. Analisis Regresi.....	45
C. Pembahasan.....	56

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	61
B. Keterbatasan Penelitian.....	65
C. Saran.....	65