

**ANALISIS KEPUASAN DAN KETERLIBATAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS DI MEDIASI DENGAN
KEPERCAYAAN PADA MEREK *HANDPHONE* NOKIA**

***THE ANALYSIS OF COSTUMERS' SATISFACTION AND
INVOLVEMENT TOWARD LOYALTY MEDIATED BY TRUST OF
HANDPHONE NOKIA BRAND***



Oleh

MITHA FITRIYANA DEWI
20060410019

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2010**

**ANALISIS KEPUASAN DAN KETERLIBATAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS DI MEDIASI DENGAN
KEPERCAYAAN PADA MEREK *HANDPHONE* NOKIA**

***THE ANALYSIS OF COSTUMERS' SATISFACTION AND
INVOLVEMENT TOWARD LOYALTY MEDIATED BY TRUST OF
HANDPHONE NOKIA BRAND***



Oleh

**MITHA FITRIYANA DEWI
20060410019**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2010**

**ANALISIS KEPUASAN DAN KETERLIBATAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS DI MEDIASI DENGAN
KEPERCAYAAN PADA MEREK *HANDPHONE* NOKIA**

***THE ANALYSIS OF COSTUMERS' SATISFACTION AND
INVOLVEMENT TOWARD LOYALTY MEDIATED BY TRUST OF
HANDPHONE NOKIA BRAND***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
MITHA FITRIYANA DEWI
20060410019

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2010**

SKRIPSI
ANALISIS KEPUASAN DAN KETERLIBATAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS DI MEDIASI DENGAN
KEPERCAYAAN PADA MEREK *HANDPHONE* NOKIA

THE ANALYSIS OF COSTUMERS' SATISFACTION AND
INVOLVEMENT TOWARD LOYALTY MEDIATED BY TRUST OF
HANDPHONE NOKIA BRAND



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

Drs. Asnawi Asdinardju. M.Si.

NIK: 131577593

Tanggal 20 April 2010

SKRIPSI
ANALISIS KEPUASAN DAN KETERLIBATAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS DI MEDIASI DENGAN
KEPERCAYAAN PADA MEREK *HANDPHONE* NOKIA

Diajukan oleh

MITHA FITRIYANA DEWI

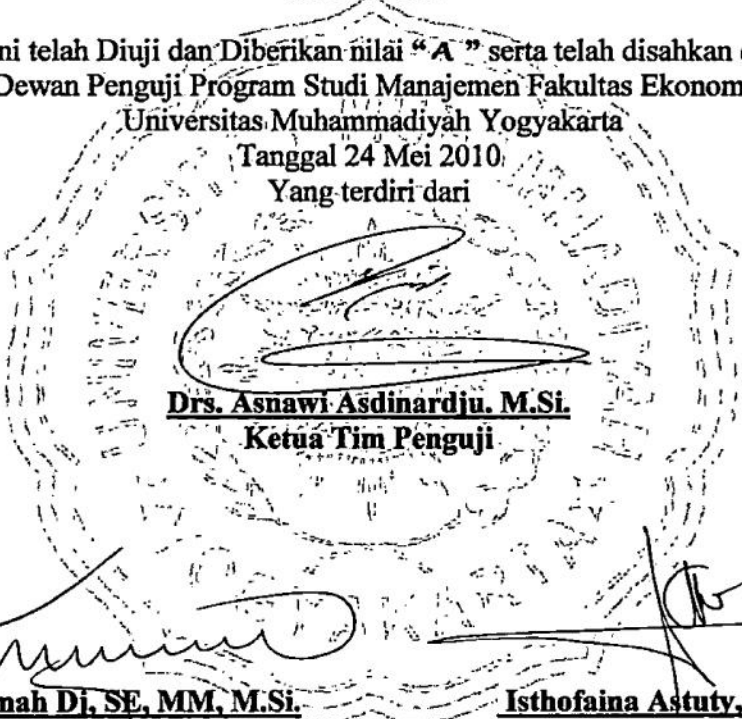
20060410019

Skripsi ini telah Diuji dan Diberikan nilai "A" serta telah disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Tanggal 24 Mei 2010

Yang terdiri dari



Drs. Asnawi Asdinardju, M.Si.
Ketua Tim Penguji


Siti Noordjanah Dj, SE, MM, M.Si.
Anggota Tim Penguji


Isthofaina Astuty, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, SE., M.Si

NIK: 143 014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Mitha Fitriyana Dewi

NIM : 20060410019

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “**Analisis Kepuasan dan Keterlibatan Konsumen Terhadap Loyalitas Di Mediasi Dengan Kepercayaan Pada Merek *Handphone* Nokia**” 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 referensi daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 24 Mei 2010

Mitha Fitriyana Dewi

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan antara variabel kepuasan dan keterlibatan konsumen terhadap loyalitas yang dimediasi oleh variabel kepercayaan pada merek *handphone* Nokia. Survei dilakukan terhadap konsumen *handphone* merek Nokia yang berdomisili di Wilayah Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sebanyak 180 eksemplar kuisioner diambil sebagai sampel untuk penelitian ini.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation model* (SEM). Hasil analisa menunjukkan adanya lima temuan. 1) Variabel kepuasan konsumen pada merek *handphone* Nokia tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas *handphone* Nokia. 2) Variabel keterlibatan konsumen pada merek *handphone* Nokia tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas *handphone* Nokia. 3) Kepuasan konsumen ternyata berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepercayaan pada merek *handphone* Nokia. 4) Keterlibatan konsumen tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepercayaan pada merek *handphone* Nokia. 5) Kepercayaan merek ternyata bukan merupakan variabel intervening atau *mediating variables* antara variabel kepuasan dan variabel keterlibatan konsumen terhadap loyalitas merek *handphone* Nokia.

Produsen atau pemasar produk *handphone* Nokia harus selalu aktif mengkaji teori perilaku konsumen, karena perilaku konsumen sangat dinamis dan rentan terhadap lingkungan sekitar baik itu lingkungan internal maupun eksternal.

Kata Kunci: Kepuasan, Keterlibatan, Loyalitas, Kepercayaan Merek, SEM

ABSTRACT

This research is used to analyze the relation between customer satisfaction and involvement on loyalty which mediated by the variable of trust in a brand handphone Nokia. Survey was conducted to the consumer handphone nokia domiciled in the territory of Yogyakarta. The sampling technique used in this research is purposive sampling. As many as 180 exemplars questionnaires were taken as sample for this study.

Structural equation model (SEM) used in this research as a tool of analysis. The result of analysis five findings. 1) Variable of consumer satisfactions in the handphone Nokia brand no significant direct effect on loyalty handphone Nokia brand. 2) Variable involvement of consumers on handphone nokia brand no significant direct influence on loyalty to the handphone Nokia. 3) Customers satisfaction was a significant direct influence on the trust in handphone Nokia brand. 4) Consumer involvement was not direct influence on trust to the Nokia brand. 5) Brand trust was not an intervening variable or mediating variable between satisfaction variables and the variable of customer involvement on loyalty of handphone Nokia brand.

Manufactures or marketers of products handphone Nokia always be actively studying the theory of consumer behavior, because consumer behavior are dynamic and susceptible to the surrounding environment either internal or external environment.

Keyword: *Satisfaction, Involvement, Loyalty, Brand Trust, SEM*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum. Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya dalam penulisan skripsi ini dengan judul **"Analisis Kepuasan dan Keterlibatan Konsumen Terhadap Loyalitas Di Mediasi Dengan Kepercayaan Pada Merek Handphone Nokia"**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dan memberikan tambahan *literature* dan riset pada teori manajemen pemasaran terutama dalam pengkajian tentang perilaku konsumen.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Ir. H.M. Dasron Hamid, M.Sc, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Asnawi Asdinarju, Drs., M.Si., yang dengan penuh kesabaran telah memberikan petunjuk, bimbingan dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan do'a, dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi ini.

5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Penulis menyadari tak ada insan manusia di bumi ini yang sempurna, untuk itu saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan. Skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk pendalaman karya tulis dengan topik ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 24 Mei 2010

Mitha Fitriyana Dewi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
INTISARI	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah Penelitian	4
C. Rumusan Masalah Penelitian	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Perilaku Konsumen	7
2. Kepuasan Pada Merek	8
3. Keterlibatan Konsumen	13
4. Konsep Kepercayaan Pada Merek dan Loyalitas Merek Pelanggan.	15
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Hipotesis	24
D. Model Penelitian	27

BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Obyek dan Subyek Penelitian	28
B. Jenis data	28
C. Teknik Pengambilan Sampel	28
D. Teknik Pengumpulan Data	29
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
1. Definisi Variabel Penelitian	29
2. Skala Pengukuran	31
F. Uji Kualitas Data	32
1. Uji Validitas	32
2. Uji Validitas Konvergen dan Validitas Diskriminan	32
3. Uji Reliabilitas	33
4. Uji Reliabilitas Konstruk dan Variande Extracted	33
G. Uji Hipotesa dan Analisis Data	34
1. Uji Normalitas	34
2. Goodness of Fit	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	37
1. Profil Perusahaan Handphone Nokia	37
2. Struktur Organisasi	39
B. Profil Responden	40
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
2. Profil Responden Berdasarkan Umur	42
C. Uji Kualitas Data	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Validitas Konvergen dan Validitas Diskriminan	44
3. Uji Reliabilitas	45
4. Uji Reliabilitas Konstruk dan Variance Extraced	47
D. Hasil Penelitian	48
1. Ukuran Sampel	48
2. Uji Normalitas	48

3. Goodness of Fit	50
4. Uji Hipotesa	51
E. Pembahasan	52
BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN	58
A. Simpulan	58
B. Saran	59
C. Keterbatasan Penelitian	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

4.1.	Hasil Kuesioner Penelitian	40
4.2.	Tingkat Pengembalian Kuisisioner	41
4.3.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.4.	Identitas Responden Berdasarkan Umur	42
4.5.	Hsil Confirmatory Factor Analysis	44
4.6.	Validitas Diskriminan	45
4.7.	Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha	46
4.8.	Construct Reliability Dan Variance Extracted	47
4.9.	Hasil Uji Normalitas	49
4.10.	Goodness of Fit Index Structural Model	50
4.11.	Hasil Pengujian Hipotesis	52
4.12.	Hasil Pengujian Hipotesis	53

DAFTAR GAMBAR

2.1.	Model Penelitian	27
4.1.	Struktur Organisasi	39
4.2.	Hasil Pengolahan Model	51