

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK HP NOKIA
(DI FAKULTAS EKONOMI UMS)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelara sarjana Strata 1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Oleh :

NOOR ALIA ZAEN
B 100 030 064

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2006**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK HP NOKIA**

Yang ditulis oleh:

NOOR ALIA ZAEN
B 100 030 064

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 2006

Pembimbing

(Dra. Mabruroh, MM)

Mengetahui,

Dekan Jurusan Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Drs. H. Syamsudin, MM)

MOTTO

“Dan barang siapa yang menyerahkan dirinya kepada Allah, sedangkan dia orang yang berbuat kebaikan, maka sesungguhnya ia telah berpegang kepada buhul tali yang kokoh. Dan hanya kepada Allah-lah kesudahan segala urusan.”
(Surat QS. Luqman :22)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmu-lah hendaknya kamu berharap.”
(Surat QS. Al Insyirah :6 – 8)

Ketika kumohon pada Allah kekuatan, Allah memberiku kesulitan agar aku menjadi kuat. Ketika kumohon pada Allah kebijaksanaan, Allah memberiku masalah untuk kupecahkan. Ketika kumohon pada Allah kesejahteraan, Allah memberiku akal untuk berfikir. Ketika kumohon pada Allah keberanian, Allah memberiku kondisi bahaya untuk kuatasi. Ketika kumohon pada Allah sebuah cinta, Allah memberiku orang-orang bermasalah untuk ku tolong. Ketika kumohon pada Allah bantuan, Allah memberiku kesempatan. Aku tak pernah menerima apa yang kupinta, tapi aku menerima segalanya yang aku butuhkan.
Doaku terjawab sudah.....
(Tarbawi)

“Sukses tidak terletak pada waktu, tempat atau keadaan akan tetapi pada orang yang bersangkutan”
(Charles Rowe)

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini kupersembahkan untuk:

Allah SWT, pemilik alam semesta

Ibu, Ibu, Ibu dan Bapak (keluarga Mohammad Zaennuddin dan Siti Mukaromah) yang sangat kusayangi dan aku cintai yang selalu mendoakan aku disetiap sujudnya dan tak pernah lelah membimbing aku

Adek-adekku, Zaki, Fuad, Ulfa, Faezal, dan Annisa' terima kasih telah memberikan warna hidup, yang selalu memberikan semangat dan warna baru dalam hidup ini, pandanglah kedepan raihlah cita-citamu

Serta Almamater, Universitas Muhammadiyah Surakarta

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur *alhamdulillah* penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK HP NOKIA”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Skripsi ini tidak tersusun tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak dalam bentuk moril maupun materiil. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak **Drs. H. Syamsudin, MM**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak **Drs. Agus Muqorobin, MM**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak **Kussudyarsana**, selaku pembimbing akademik yang selama ini selalu memberikan arahan dengan sabar dan bijak.
4. Ibu **Mabrurroh, MM** selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan arif dan bijaksana telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Semua Bapak dan Ibu dosen beserta seluruh keluarga besar Fakultas Ekonomi UMS.
6. Ayah dan ibuku (**Muhammad Zaennuddin** dan **Siti Mukaromah**) yang tak henti menyayangi, di setiap hembusan nafasnya berisikan doa untukku, dan tak pernah lelah mendoakanku disetiap sujud panjangnya.
7. My soulmate yang selalu membantuku, yang selalu dapat membuatku tersenyum, penyemangatku, kau dapat arahkan ku ketika egoku keluar. Terima kasih Semoga Allah SWT meridhoi cinta kita dan dapat mempersatukan kita hingga akhir nanti. Amin.....

8. Buat My Bestfriends **Iyum, Dina, Rina, Dewi-Ro2, Vino, Dumbink, Anis, Dina, Dien, Neny** dan semua teman-teman kelas B angkatan 2003 yang mengenalku) yang telah memberikan keceriaan, kebahagiaan baik dalam suka dan duka. Ingat persahabatan teruji ketika kita jauh.
9. **New Sor Mlinjo, (Luqman Fathoni & Syaifuddin “Syai” Rachmat Taufiqi)** yang telah mengajarkanku dan memberikan aku banyak hal, terima kasih atas bantuannya selama ini.
10. Semua pihak yang telah membantu sehingga terciptanya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan kekurangan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 2006
Penulis

NOOR ALIA ZAEN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAKSI	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 8
A. Pengertian dan Arti Pentingnya Pemasaran	8
B. Pengertian Manajemen Pemasaran	10
C. Konsep Pemasaran dan Orientasi pada Konsumen	10
D. Perilaku Konsumen	12

E. Faktor-faktor Lingkungan Ekstern yang Mempengaruhi	
Perilaku Konsumen	14
F. Faktor-faktor Lingkungan Intern yang Mempengaruhi	
Perilaku Konsumen	19
G. Proses Pengambilan Keputusan	22
H. Kualitas Produk Sebagai Dasar Keputusan Membeli	
Konsumen	30
I. Teori Kepuasan Konsumen	31
J. Definisi Kepuasan Konsumen.....	32
K. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan	32
L. Strategi Pemasaran	33
M. Penelitian Terdahulu	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Kerangka Permikiran	38
B. Hipotesis	39
C. Instrumen Pengambilan Data	40
D. Data dan Sumber Data	40
E. Metode Pengumpulan Data	41
F. Instrumen Penelitian.....	42
G. Metode Analisis Data	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	53
A. Deskripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta	53

B. Deskripsi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah	
Surakarta	58
C. Deskripsi Fakultas Ekonomi	61
D. Karakteristik Responden	73
E. Analisis Data	74
F. Pembahasan.....	85
BAB V PENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Keterbatasan Penelitian.....	88
C. Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Fakultas, Program studi, dan Status Akademik UMS
	Tahun Akademik 2005/2006 57
Tabel 4.2	Jumlah Mahasiswa UMS Th Akademik 2005/2006 60
Tabel 4.3	Karakteristik Rata-Rata Uang Saku Responden 73
Tabel 4.4	Pengukuran Uji Validitas Kuesioner 75
Tabel 4.5	Rangkuman Nilai Alpha..... 76
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinearitas..... 83
Tabel 4.7	Hasil Perhitungan Uji Heteroskedastisitas 84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran	38
Gambar 3.2 Kurva Durbin Watson	49
Gambar 4.1 Daerah Kritis Uji Durbin-Watson	85

ABSTRAKSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK HP NOKIA

Perkembangan sarana komunikasi saat ini mengikuti perkembangan mobilisasi manusia. Sarana komunikasi tidak dibatasi lagi oleh ruang, manusia dapat kapan saja, dimana saja dapat melakukan komunikasi. Perkembangan mobilisasi manusia yang semakin bervariasi membuka peluang bagi perkembangan telepon seluler untuk dipasarkan. Dengan adanya telepon seluler (*handphone*) aktivitas kegiatan manusia akan cepat tanpa adanya halangan ruang gerak.

Tujuan penelitian ini adalah (1) mengetahui dan menganalisis sejauh mana pengaruh kualitas produk, pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan *HP Nokia*. (2) untuk mengetahui dan menganalisis faktor mana yang paling dominan diantara ketiga faktor kepuasan pelanggan terhadap *HP Nokia*.

Alat analisa yang dipakai dalam penelitian ini adalah Uji Validitas dan Reliabilitas yang digunakan untuk mengetahui kevalidan dan keandalan dari kuesioner yang dipakai. Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi (R^2) yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel kualitas produk, pelayanan, promosi terhadap kepuasan pelanggan.

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $Y = 0,759 + 0,212 X_1 + 0,179 X_2 + 0,199 X_3 + e$. Variabel yang paling paling dominan adalah variabel kualitas produk dengan nilai koefisien sebesar 0,212.

Uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 25,265 lebih besar dari nilai F tabel 2,31, maka H_0 ditolak dan H_a diterima hal ini berarti variabel kualitas produk (X_1), pelayanan (X_2), promosi (X_3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Dari hasil uji t dari ketiga variabel independen, variabel independen (variabel Kualitas Produk, Pelayanan, Promosi) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil olah data didapat hasil nilai R square atau $R^2 = 0,441$. Hal ini berarti variasi dari variabel Kualitas Produk (X_1), variabel Pelayanan (X_2), Promosi (X_3) benar-benar dapat menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 44,1%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pelanggan.