

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS

PELANGGAN HANDPHONE MERK NOKIA

(Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP UMS)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Pendidikan Akuntansi



Disusun Oleh :

SITI SHOLEKAH SARININGSIH

A 210 070 047

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2011

PERSETUJUAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
PELANGGAN HANDPHONE MERK NOKIA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP UMS)**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

SITI SHOLEKAH SARININGSIH
A 210 070 047

Telah Disetujui dan Disahkan Oleh Pembimbing I dan Pembimbing II

Untuk Di Pertahankan di Hadapan Dewan Penguji Skripsi

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Joko Suwandi, SE, M.Pd
NIK 350

Dra. Titik Asmawati, SE, M.Si
NIK 153

PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
PELANGGAN HANDPHONE MERK NOKIA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP UMS)**

Yang Dipersiapkan dan Disusun oleh

SITI SHOLEKAH SARININGSIH
A 210 070 047

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Pada Tanggal,

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Drs. Joko Suwandi, SE, M.Pd (.....)
2. Dra. Titik Asmawati, SE, M. Si (.....)
3. Drs. Djalal Fuadi, MM (.....)

Surakarta, September 2011
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dekan

Drs. H. Sofyan Anif, M.Si
NIK 547

PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini 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 dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak dikemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, September 2011

SITI SHOLEKAH SARININGSIH
A 210 070 047

MOTTO

“Dengan menolong diri sendiri kita bisa menolong orang lain dengan sempurna”

-RA Kartini-

“Selama dengan buku kalian boleh memenjarakan aku dimana saja,

Sebab dengan buku aku bebas”

-Muhammad Hatta-

*“Tuhan, izinkan aku menjadi perempuan yang berguna bagi keluarga,
masyarakat dan bangsaku”*

-(Penulis)-

PERSEMBAHAN

Setiap buah pikiran yang tertuang dalam lembaran karya tulis ini ku persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ayah juara satu dan ibu terhebat atas kasih sayang, cinta, doa dan kesabaran dalam membimbing dan mengarahkan ananda tanpa henti. Jasa dan pengorbanan beliau tak akan pernah kulupakan.
3. Kepada kakakku Nur Laila Isnaini Fitriyati dan buah hatinya Nafisa Putri Najwa, terima kasih atas doanya.
4. Teruntuk Teguh Indriawan, terima kasih atas motivasi, semangat dan energi yang diberikan buat aku.
5. Mas Haris Sunarmo dan Silvi yang membantu kelancaran skripsi saya.
6. Teman-teman seperjuanganku di LPM Pabelan, ayo kita terus berkarya.
7. Sahabat-sahabatku tersayang dan seperjuangan FKIP Akuntansi '07 terima kasih untuk semangat, waktu dan dukungan dari kalian.
8. Temen-temen kostku semuanya terima kasih atas doa dan dukunganya, kalian semua adalah keluarga keduaku.
9. Pembaca yang budiman
10. Almamaterku

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul:

“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN HANDPHONE MERK NOKIA (Studi Kasus Pada

Mahasiswa FKIP UMS)” Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar sarjana pendidikan Akuntansi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa terwujudnya skripsi ini karena adanya bantuan dan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih dengan setulus hati kepada:

1. Bapak Drs. Sofyan Anif, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah berkenan memberikan izin penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. H. Djalal Fuadi, MM. Selaku ketua jurusan pendidikan akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta sekaligus pembimbing akademik, terima kasih atas saran dan dukungannya.

3. Bapak Drs. Joko Suwandi, SE, M.Pd selaku pembimbing I yang telah sabar memberikan bimbingannya, nasehat dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibunda Dra. Titik Asmawati, SE, M.Si yang selaku pembimbing II yang telah memberikan makna tanggungjawab dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, khususnya dosen yang telah membekali ilmu pengetahuan pada penulis.
6. Seluruh rekan-rekan yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, dengan tangan terbuka, penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun. Akhirnya semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun pada pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, September 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Perumusan Masalah	7
E. Tujuan penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian	9
G. Sistematika Penelitian	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Hakikat Pemasaran	10
B. Definisi Menejemen Pemasaran	12
C. Konsep Pemasaran.....	13
D. Perilaku Konsumen	
1. Definisi perilaku konsumen	15
2. Faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen....	16
3. Tahap-tahap pengambilan keputusan dalam pembelian	22
E. Loyalitas Pelanggan	
1. Pengertian loyalitas pelanggan	23
2. Manfaat loyalitas pelanggan.....	25
3. Tingkatan loyalitas pelanggan.....	27
F. Jenis-jenis loyalitas	29
G. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	
1. Perhatian.....	30
2. Kepercayaan konsumen.....	32
3. Perlindungan konsumen	34
4. Kepuasan akumulatif	34
H. Hubungan Antar Variabel	37
I. Kerangka Pemikiran.....	41
J. Hipotesis	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pengertian Metode Penelitian	43
B. Jenis Penelitian	43
C. Tempat dan Waktu Penelitian	45
D. Populasi, Sampel Penelitian	
1. Populasi	46
2. Sampel.....	46
E. Variabel Penelitian	47
F. Sumber Data	
1. Data primer.....	48
2. Data sekunder	49
G. Teknik Pengumpulan Data	
1. Metode angket.....	49
2. Metode dokumentasi	52
H. Uji Instrumen	
1. Uji Validitas	53
2. Uji Reliabilitas	54
I. Teknik Uji Prasyarat Analisis	
1. Uji asumsi klasik	
a. Uji Normalitas sebaran	55
b. Uji Linieritas.....	55
c. Uji Multikolinieritas	57
d. Uji Autokolerasi	58
e. Uji Heteroskedaskesidas.....	59

J. Teknik Analisis Data	
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
2. Uji F.....	61
3. Uji Parsial (Uji-t).....	62
4. Koefisien Determinasi.....	68
5. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif	69
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	70
B. Hasil Uji Instrumen	
1. Uji Validitas	72
2. Uji Reliabilitas	73
C. Deskripsi Data.....	75
D. Pengujian Prasyarat Penelitian	
1. Uji Normalitas sebaran.....	84
2. Uji Linieritas	85
3. Uji Multikolinieritas.....	85
4. Uji Autokolerasi.....	86
5. Uji Heteroskedaskesidas	87
E. Analisis Data	
1. Analisis Regresi Linier Ganda	88
2. Pengujian Hipotesis Pertama (Uji t).....	90
3. Pengujian Hipotesis Kedua (Uji t)	91

4. Pengujian Hipotesis Ketiga (Uji t)	93
5. Pengujian Hipotesis Keempat (Uji t)	94
6. Pengujian Hipotesis Kelima (Uji f).....	96
7. Koefisien determinasi.....	97
8. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif	98
F. Pembahasan	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	106
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Daftar Tabel Penjualan Handphone Tahun 2010.....	4
Tabel 3.2 Model Perilaku Pembelian	16
Tabel 3.3 Pola Pembelian Berulang	29
Tabel 3.4 Kisi-kisi Angket	52
Tabel 4.1 Ringkasan Uji Validitas Angket Perhatian Produsen	72
Tabel 4.2 Ringkasan Uji Validitas Angket Kepercayaan Konsumen	72
Tabel 4.3 Ringkasan Uji Validitas Angket Perlindungan Konsumen.....	73
Tabel 4.4 Ringkasan Uji Validitas Angket Kepuasan Akumulatif	73
Tabel 4.5 Ringkasan Uji Validitas Angket Loyalitas Pelanggan.....	73
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Data Perhatian Produsen.....	76
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Data Kepercayaan Konsumen	78
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Data Perlindungan Konsumen.....	79
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Data Kepuasan Akumulatif	79
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Data Loyalitas Pelanggan.....	83
Tabel 4.11 Ringkasan Uji Normalitas.....	84
Tabel 4.12 Ringkasan Uji Linieritas	85
Tabel 4.13 Ringkasan Uji Multikolinieritas.....	86
Tabel 4.11 Ringkasan Uji Autokorelasi.....	86
Tabel 4.11 Ringkasan Uji Heteroskedastisitas.....	87
Tabel 4.11 Rangkuman Uji Regresi berganda	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	41
Gambar 3.1 Gambar Statistik Uji f	62
Gambar 3.2 Gambar Statistik Uji t Pengaruh Perhatian Produsen Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
Gambar 3.3 Gambar Statistik Uji t Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan	64
Gambar 3.4 Gambar Statistik Uji t Pengaruh Perlindungan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	65
Gambar 3.4 Gambar Statistik Uji t Pengaruh Kepuasan Akumulatif Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	67
Gambar 4.1 Histogram dan Poligon Data Perhatian Produsen	77
Gambar 4.2 Histogram dan Poligon Data Kepercayaan Konsumen	78
Gambar 4.3 Histogram dan Poligon Data Perlindungan Konsumen.....	80
Gambar 4.4 Histogram dan Poligon Data Kepuasan Akumulatif	82
Gambar 4.5 Histogram dan Poligon Data Loyalitas Pelanggan.....	83
Gambar 4.6 Grafik statistik uji t pengaruh perhatian konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan.....	91
Gambar 4.6 Grafik statistik uji t pengaruh kepercayaan konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan.....	92
Gambar 4.6 Grafik statistik uji t pengaruh perlindungan konsumen terhadap	

Loyalitas Pelanggan 94

Gambar 4.6 Grafik statistik uji t pengaruh perhatian produsen,

kepercayaan konsumen, perlindungan konsumen dan kepuasan

akumulatif terhadap Loyalitas Pelanggan 97

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Try Out Angket
- Lampiran 2 Skor Hasil Try Out Angket perhatian produsen dan kepercayaan konsumen, perlindungan konsumen, kepuasan akumulatif dan loyalitas pelanggan
- Lampiran 3 Uji Validitas Try Out Angket perhatian produsen
- Lampiran 4 Uji Reliabilitas Try Out Angket perhatian produsen
- Lampiran 5 Uji Validitas Try Out Angket kepercayaan konsumen
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas Try Out Angket kepercayaan konsumen
- Lampiran 7 Uji Validitas Angket perlindungan konsumen
- Lampiran 8 Uji Reliabilitas Try Out Angket perlindungan konsumen
- Lampiran 9 Uji Validitas Angket Angket kepuasan akumulatif
- Lampiran 10 Uji Reliabilitas Angket kepercayaan konsumen
- Lampiran 11 Uji Validitas Angket Loyalitas Pelanggan
- Lampiran 12 Uji Reliabilitas Angket Loyalitas Pelanggan
- Lampiran 13 Skor Hasil Angket perhatian produsen, kepercayaan konsumen, perlindungan konsumen, kepuasan akumulatif
- Lampiran 14 Deskriptif data
- Lampiran 15 Uji Normalitas
- Lampiran 16 Uji Linearitas X_1 dan Y
- Lampiran 17 Uji Linearitas X_2 dan Y
- Lampiran 18 Uji Linearitas X_3 dan Y
- Lampiran 19 Uji Linearitas X_4 dan Y
- Lampiran 20 Uji Multikolinieritas
- Lampiran 21 Uji Autokorelasi
- Lampiran 22 Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 23 Uji regresi
- Lampiran 24 Tabel Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif

Lampiran 25 Nilai kritis L untuk uji Liliefors

Lampiran 26 tabel uji t

Lampiran 20 tabel uji f

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN HANDPHONE MERK NOKIA (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP UMS)

Siti Sholekah Sariningsih A210070047, Jurusan Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2011.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Menganalisis pengaruh perhatian produsen terhadap loyalitas pelanggan handphone merk Nokia di kalangan mahasiswa FKIP UMS; 2) Menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan handphone merk Nokia di kalangan mahasiswa FKIP UMS; 3) Menganalisis pengaruh perlindungan konsumen terhadap loyalitas pelanggan handphone merk Nokia di kalangan mahasiswa FKIP UMS; 4) Menganalisis pengaruh kepuasan akumulatif terhadap loyalitas pelanggan handphone merk Nokia di kalangan mahasiswa FKIP UMS; 5) Menganalisis pengaruh perhatian produsen, kepercayaan konsumen, perlindungan konsumen dan kepuasan akumulatif terhadap loyalitas pelanggan handphone Nokia di kalangan mahasiswa FKIP UMS.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan penarikan kesimpulan melalui analisis statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FKIP UMS yang menjadi pelanggan handphone merk Nokia. Sampel diambil sebanyak 100 orang mahasiswa dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, uji R^2 , dan sumbangan relatif dan efektif.

Hasil analisis regresi memperoleh persamaan garis regresi: $Y = -2,504 + 0,120X_1 + 0,192X_2 + 0,278X_3 + 0,430X_4$. Kesimpulan yang diambil adalah: 1) Perhatian produsen berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan handphone merk Nokia di kalangan mahasiswa FKIP UMS. Hal ini berdasarkan uji t diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $2,165 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,033$ dengan sumbangan relatif sebesar $8,7\%$ dan sumbangan efektif $4,15\%$; 2) Kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan handphone merk Nokia di kalangan mahasiswa FKIP UMS. Hal ini berdasarkan uji t diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, $2,358 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,020$ dengan sumbangan relatif sebesar $17,87\%$ dan sumbangan efektif $8,52\%$; 3) Perlindungan konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan handphone merk Nokia di kalangan mahasiswa FKIP UMS. Hal ini berdasarkan uji t diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $3,218 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,002$ dengan sumbangan relatif sebesar $20,67\%$ dan sumbangan efektif $9,86\%$; 4) Kepuasan akumulatif berpengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan handphone merk Nokia di kalangan mahasiswa FKIP UMS. Hal ini berdasarkan uji t diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $5,190 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,000$ dengan sumbangan relatif sebesar $52,76\%$ dan sumbangan efektif $25,17\%$; 5) Perhatian produsen, kepercayaan konsumen, perlindungan konsumen dan kepuasan akumulatif konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan handphone merk Nokia di kalangan mahasiswa FKIP UMS. Hal ini berdasarkan uji F diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $21,648 > 2,467$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,000$; 6) Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,477$ menunjukkan bahwa besarnya pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel Perhatian Produsen, Kepercayaan Konsumen, Perlindungan Konsumen, dan Kepuasan Akumulatif terhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebesar $47,7\%$ sedangkan $52,3\%$ dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: perhatian produsen, kepercayaan konsumen, kepuasan akumulatif dan loyalitas pelanggan