

**PENGARUH KUALITAS YANG DIRASAKAN TERHADAP
LOYALITAS MEREK DENGAN SIKAP ATAS MEREK SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING* PADA PENGGUNA *HANDPHONE*
NOKIA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



OLEH :

MOCHAMMAD IKHWAANA
2009210087

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2013**

**PENGARUH KUALITAS YANG DIRASAKAN TERHADAP
LOYALITAS MEREK DENGAN SIKAP ATAS MEREK SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING* PADA PENGGUNA *HANDPHONE*
NOKIA DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

MOCHAMMAD IKHWAANA

NIM : 2009.210.087

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 18 Februari 2013



(Dra. LINDIAWATI. M.M.)

S K R I P S I

PENGARUH KUALITAS YANG DIRASAKAN TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN SIKAP ATAS MEREK SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PENGGUNA *HANDPHONE* NOKIA DI SURABAYA

Disusun oleh :

MOCHAMMAD IKHWAANA

NIM : 2009210087

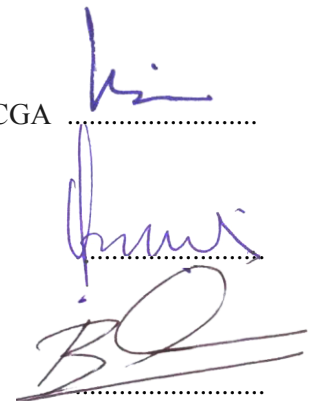
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 18 Febuari 2013

Tim Penguji

Ketua : Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT. Psikolog, CGI., CGA

Sekretaris : Dra. Lindiawati, MM

Anggota : Bagus Suminar, S.E., S.Psi., MM



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mochammad Ikhwaana
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 28 November 1990
N.I.M : 2009.210.087
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas yang Dirasakan Terhadap Loyalitas Merek dengan Sikap atas Merek sebagai Variabel *Intervening* pada Pengguna *Handphone* Nokia di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

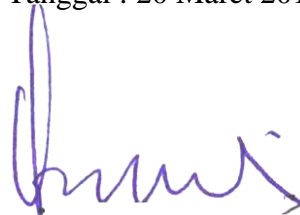
Tanggal : 27 Maret 2013



(MELLYZA SILVY, S.E., M.Si.)

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 20 Maret 2013



(Dra. LINDIAWATI. M.M.,)

MOTTO

Hidup tak akan pernah datar, akan selalu ada rintangan dan kebahagiaan didalamnya. Nikmati, jalani dan tak perlu takut.

Mochammad Ikhwaana (17 Maret 2013)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmaanirrohiim..

Segala puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT. Yang selalu senantiasa mencurahkan Rahmat seta Hidayah-Nya dalam memberi kekuatan maupun kelancaran selama pengerjaan sampai pada akhirnya terselesaikannya skripsi ini

Segala bentuk dukungan dan bantuan dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari beberapa pihak. Dedikasi, persembahan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya berikan kepada :

Ayah & Mama tercinta yang telah memberikan doa serta dukungan moril maupun materiil yang tidak terhitung, terima kasih atas segala kasih sayang, pelajaran dan kepercayaan yang telah diberikan. Semangat dan tekad yang tak dapat dibendung setiap saatku ingin memperlihatkan prestasi yang dapat dicapai untuk kalian. Semoga semangatku ini dapat pula Ayah & Mama rasakan, kelak suatu saatku dapat membuktikan dan membuat kalian bangga dan bahagia. Terima kasih untuk adikku, Rizka Fatharani yang selalu membuatku rindu untuk pulang kampung, serta kakak tertuaku, Affan Ramadhani semoga menjadi orang yang lebih sukses. Amin.. Terima kasih juga untuk keluarga Bogor dan Jakarta atas segala motivasi yang diberikan.
Kucinta kalian.

Seluruh dosen S1 Manajemen dan civitas STIE Perbanas Surabaya khususnya kepada para dosen Jurusan Manajemen

Pemasaran yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan.

Untuk Ibu Dra. Lindiawati. M.M, terima kasih banyak karena telah menyempatkan waktu untuk memberikan pengarahan dan pengetahuan selama ini.

Terima kasih untuk *Wolfgang Team*, Edith, Ceyzar, Rizky Masboy, Jenk Lukhi, Novi Ndut, Pendik Ari, Brian, Loyn atas segala kekompakan kalian dari awal masa perkuliahan. Semoga kebersamaan kita tidak berhenti disini. Untuk A.M.B.U (arek mburi), khususnya Dimazt, Deppy, Iim, Kocenk, Arab. Untuk keluarga besar Ruang Imajinasi Dunggu, Jimbon, Segom, Tempe, Nawi, Ijon, Goknar, Mantrek, Gundul, Coco yang telah menjaga persaudaraan ini tetap utuh. Tak lupa juga buat kawan seperjuangan azis, rockhim, bayu, yoppi, heru, everista dan gelar, selamat kita semua akhirnya lulus!. Terima kasih atas segala canda dan tawa teman – teman sekalian.

Untuk Reza Dwi Dayana. You're my inspiration. Keep on my side.

Terima kasih sebanyak – banyaknya kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam memberikan informasi dan sebagainya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

-TERIMA KASIH-

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah S.W.T atas segala rahmat dan karunia-Nya dalam pembuatan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas yang Dirasakan Terhadap Loyalitas Merek dengan Sikap atas Merek sebagai Variabel *Intervening* pada Pengguna *Handphone* Nokia di Surabaya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata Satu Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Penyelesaian dan kualitas skripsi ini tidak terlepas dari beberapa pihak, dan oleh karenanya disampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M. selaku ketua STIE PERBANAS Surabaya
2. Mellyza Silvy, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Drs. Irawan M.M., selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan selama menempuh studi di STIE PERBANAS Surabaya.
4. Dra. Lindiawati. M.M. selaku dosen pembimbing yang berperan sangat penting atas selesainya penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran.
6. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

7. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
 8. Seluruh Rekan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang memberikan dukungan dalam proses penelitian skripsi ini
- Segala kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penelitian skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 20 Maret 2013



Mochammad Ikhwaana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK / RINGKASAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	29
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Rancangan Penelitian.....	30
3.2. Batasan Penelitian.....	30
3.3 Identifikasi Variabel.....	311
3.4. Definisi Operasional.....	31
3.5. Instrumen Penelitian.....	34
3.6. Penentuan Populasi dan Sampel.....	37
3.7. Data dan metode pengumpulan data.....	38
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	39
3.9. Teknis Analisis.....	40
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	44
4.2. Analisis Data.....	47
4.3. Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	67
5.2 Saran.....	67
Daftar Pustaka.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Pendapatan Penjualan Bersih Nokiatahun 2006 – 2011	4
Tabel 1.2	: Perubahan Pendapatan Nokia Corporation tahun 2010-2011	5
Tabel 1.3	: Data Pendapatan Net Sales (10 Major Markets 2009-2010) Indonesia Urutan Ke-10.....	6
Tabel 1.4	: Data Penjualan Nokia Corporation YoY Change Q4 2011-Q1 2012.....	7
Tabel 2.2	: Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	20
Tabel 3.1	: Skor Jawaban <i>Favorable</i>	35
Tabel 3.2	: Skor Jawaban Tidak <i>Favorable</i>	35
Tabel 3.3	: Kisi-Kisi Kuisioner	36
Tabel 4.1	: Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden	44
Tabel 4.2	: Tanggapan Responden untuk variabel Kualitas yang Dirasakan (X).....	47
Tabel 4.3	: Tanggapan Responden untuk variabel Sikap atas Merek (Y1)	48
Tabel 4.4	: Rata-Rata Tanggapan Responden tentang variabel Loyalitas Merek (Y2)	49
Tabel 4.5	: Uji Validitas Sampel Kecil	51
Tabel 4.6	: Uji Validitas Sampel Besar.....	52
Tabel 4.7	: Uji Reliabilitas Sampel Kecil	53
Tabel 4.8	: Uji Reliabilitas Sampel Besar	53
Tabel 4.9	: Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.10	: Estimasi Parameter Jalur.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Tren Pencarian Produk Pesaing Nokia Tahun 2012.....	8
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran “ <i>The Role Of Personality Congruence, Perceived Quality And Prestige On Ready-To-Wear Brand Loyalty</i> ”.	15
Gambar 2.2 : Kerangka pemikiran “ <i>Factors Affecting Brand Loyalty: An Empirical Study in Malaysia</i> ”.	18
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Penelitian	29
Gambar 3.1 : Model Analisis Jalur.....	42
Gambar 4.1 : Model Analisis Jalur	56
Gambar 4.2 : Hasil Perhitungan Model Analisis Jalur.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Output SPSS Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 5 : Output SPSS Analisis Deskriptif Tanggapan Responden
- Lampiran 6 : Uji Validitas Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 7 : Uji Validitas Reliabilitas Sampel Besar
- Lampiran 8 : Output SPSS Uji Normalitas
- Lampiran 9 : Regresi Analisis Path
- Lampiran 10 : Jadwal Penulisan Skripsi

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED QUALITY OF BRAND LOYALTY
WITH BRAND ATTITUDE AS AN INTERVENING VARIABLE OF
NOKIA MOBILE PHONE USERS IN SURABAYA**

Mochammad Ikhwaana

Student of Faculty Economic, Marketing Management

STIE Perbanas Surabaya

ABSTRACT

The brand has a very important role in today's market as a means to build strong bonds (brand loyalty) with the user, providing profitability and sustainability for the company as a result. Brand loyalty refers to the level of commitment that is owned by its customers. Brand loyalty has the main benefit namely to provide assurance on the existing market share held among the sharp competitors.

The purpose of this research was to investigate the effect of perceived quality toward brand attitudes, and the effect of brand attitude toward brand loyalty. This research tested if brand attitude is the intervening variable between the effect of perceived quality toward brand loyalty. Sample collection technique is used purposive sampling technique with a total sample of 130 respondents. This research performed two analyzes, namely: Descriptive Analysis and Path Analysis (Path Analysis) using SPSS 19.

The results of research is that perceived quality significantly and positively affects the brand attitude and the brand attitude significantly and positively affect the brand loyalty. Brand attitude is proved to be the intervening variable to influence the affect of perceived quality toward brand loyalty of research Nokia mobile phone users in Surabaya.

Key words : *Perceived quality, brand attitude, and Brand Loyalty*