

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Abdullah, Thamrin & Tantri, Francis. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Abdurrahman, Maman & Muhidin, Ali (2011). *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung: CV.Pustaka Setia.
- Ariestonandi, Prima. (2006). *Marketing Research for Beginner: Panduan Praktis Riset Pemasar Bagi Pemula*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, Imam. (2001). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.Edisi 2*.UniversitasDiponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gozali, Nanang & Nasehudin, Toto. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Hair et al., (1998). *Multivariate Data Analysis, Fifth Edition, Prentice Hall*, New Jerseys: Upper Saddle River.
- Hawkins, Del I., & Mothersbaugh, David L. (2010). *Consumer Behavior (eleventh edition)*. New York: McGraw-Hill.
- Jogiyanto.(2008). *Metodelogi Penelitian Sistem Informasi*.Jogjakarta: CV Andi Offset.
- Kotler, Philip & Amstrong,Gary. (2012). *Principles of Marketing fourteenth edition*. England : Pearson Education.
- Morrison, MA (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana
- Mulyatiningsih, Endang (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Oesman, Dr. Yevis Marty. (2010). *Sukses Mengelola Marketing Mix CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*, Bandung: CV Alfabeta
- Peter, J., & Olson, Jerry C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy (ninth edition)*.New York: McGraw-Hill.
- Prastowo, Andi. (2011), *Memahami Metode-Metode Penelitian*. Jogjakarta: ArRuzz Media
- Rangkuti, Freddy.(2008). *The Power of Brands*.Jakarta :Gramedia Pustaka Utama.

- Santoso, S. (2010). *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie Lazar.(2010). *Consumer Behaviour, Tenth Edition*. New Jersey: Pearson Educations.
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Simamora. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

JURNAL & SKRIPSI :

- Budiman, Bagus. (2011). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Produk Pasta Gigi Ciptadent*. Skripsi Sarjana Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia: tidak diterbitkan
- Fajri, Fortuna Febi. (2011). *Pengaruh Atribut Produk Blackberry Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Produk Blackberry*. Skripsi Sarjana Manajemen Bisnis Institut Manajemen Telkom: tidak diterbitkan
- Hasan, Abu., Mansor, Wan., Elias, Jamel., Harun, Harniza., dan Aziz, Abdul. (2010). *The Relationship Beetwen Extrinsic Attribute of Product Quality with Brand Loyalty*. Diambil dari Journal Of Academy of Marketing Science, vol 28\; Part , pp. 278-290.
- Khraim, Dr. Hamza Salim. (2011). *The Influence of brand loyalty on cosmetics buying behavior of UAE female consumers*. Diambil dari International Journal of Business and Social Science.
- M. Nor Fauzandan Tri Gunarsih (2004). *Pengaruh Atribut Produk dan Minat konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya. Diambil dari Jurna Ilmu Ekonomi Manajemen Sumber Daya Universitas Muhammadiyah.
- Nawang Sari, Sri., dan Budiman (2013). *Kepuasan Konsumendan Brand Loyalty*. Diambil dari Jurnal Ilmiah Psikologi Universitas Gunadarma, Vol 1, No 2.
- Nugraini, Nawania Arbi (2010). *Pengaruh Atribut Produk, Iklan, dan Variety Seeking Terhadap Keputusan Beralih Merek Pada Produk Mie Instan*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Diambil dari Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.
- Punniyamoorthy., & Raj, Mohan. (2007). *An Empirical Model for Brand Loyalty Measurement*. Diambil dari Indian Journal of Marketing.
- Purwaji, Yuda. (2012). *Pengaruh Atribut Ekstrinsik Terhadap Brand Loyalty Sepeda Motor Matic*. Skripsi Sarjana Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia: tidak diterbitkan
- Safi'I, Johan Ali. (2008). *Pengaruh Atas Atribut Produk terhadap Kesetiaan merek*. Skripsi Sarjana Ekonomi Unika Widya Mandala Madiun: tidak diterbitkan
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Setianingsih, Lya. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Switching Cost, Dan Trust In Brand Terhadap Loyaltias Pelanggan*. Jurnal Ekonomi Universitas Gunadarma
- Sulthoni, Muhammad. (2010). *Analisis pengaruh atribut produk Honda terhadap loyalitas konsumen*. Skripsi Sarjana Ekonomi Universitas Islam Negeri: tidak diterbitkan
- Suwarnidan Mayasari., SeptinaDwi (2011). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 1-8. Diambil dari Jurnal Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Malang.
- Yee, Wong Foong., & Sidek, Yahyah. (2008). *Influence of Brand Loyalty on Consumer Sportswear*. Diambil dari Internastional Journal of Economic and Management.

INTERNET :

Profil Perusahaan Telkomsel <http://www.facebook.com/pages/PT-Telekomunikasi-SelularTelkomsel/161063267288988?sk=info> (27 Maret 2013)

Logo Telkomsel. www.Telkomsel.com. (27 Maret 2013).

Visi dan Misi Telkomsel. www.Telkomsel.com. (27 Maret 2013).

Pertumbuhan Market Size Industri Telekomunikasi di Indonesia. <http://p2tel-pusat.or.id/13>. (28 Maret 2013).

Simcard GSM Prabayar di Indonesia 2013. www.topbrand-award.com. (22 Maret 2013).

<http://www.poztmo.com/2012/06/operator-seluler-terbesar-di-dunia.html>

<http://techno.okezone.com/read.2012/10.23.54.708211/dari-sisi-pelanggan-telkomsel-bercokol-urutan-7-di-dunia>

<http://www.republika.co.id/berita/trendtek/telekomunikasi/12/04/30/m3aw0z-xl-optimis-raih-50-juta-pelanggan-akhir-tahun-2012>

<http://nasional.kompas.com/read/2012/05/02/13303958/xl.putuskan.hubungan.dengan.axis>

ARTIKEL :

Majalah SWA. (2009). SWA 27/XXIV/118 Desember 2008-7 Januari 2009. (22Maret 2013).

Majalah SWA. (2010). SWA No. 10/XXVI/12-25 Mei 2010.(22 Maret 2013).

Majalah SWA. (2011). SWA No. 12/XXVII/9-22 Juni 2011.(22 Maret 2013).

LAMPIRAN

KUESIONER

PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP *BRAND LOYALTY* (Studi Pada Pengguna Kartu Prabayar SimPATI di Bandung Tahun 2013)

Di tengah kesibukan dan keterbatasan waktu yang teman-teman miliki, dengan segala kerendahan hati saya mengharapkan kesediaan teman-teman untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner ini.

Kuesioner ini berisi pernyataan-pernyataan mengenai pendapat teman-teman tentang Kartu Prabayar SimPATI. Adapun kuesioner ini digunakan untuk kepentingan ilmiah sehingga semua identitas dan jawaban teman-teman akan saya jaga kerahasiaannya. Atas kesediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Rismayanti

**Telkom Institute of
Management**

BAGIAN I : Screening Question

Petunjuk Pengisian: Berilah tanda silang (X) pada kotak jawaban yang Anda pilih !

1. Apakah Anda menggunakan kartu seluler prabayar simPATI ? (Jika Anda menjawab “Tidak”, diharapkan tidak melanjutkan kuesioner ini)

- Ya Tidak

(Jika “Ya” silahkan lanjut ke pertanyaan selanjutnya, jika “Tidak” mohon tidak dilanjutkan!)

Bagian II: Profil Responden

Petunjuk Pengisian: Berilah tanda silang (X) pada kotak jawaban yang Anda pilih !

2. Apakah Jenis kelamin Anda?

- Laki-laki Perempuan

3. Berapakah umur Anda?

- < 18 Tahun 24-26 Tahun
 18-23 Tahun > 26 Tahun

4. Apakah pekerjaan anda saat ini?

- Pelajar/ mahasiswa Wiraswasta
 Pegawai swasta Pegawai Negeri/BUMN
 Lain-lain

5. Sudah berapa lama Anda menggunakan kartu seluler prabayar simPATI?

- < 6 Bulan 6-12 Bulan
 1-2 Tahun > 2 Tahun

BAGIAN III. Atribut Produk

Atribut produk merupakan salah satu daya tarik bagi konsumen untuk membeli suatu produk.

No	Item Pernyataan	Sangat tidak setuju				sangat setuju		
		1	2	3	4	5	6	7
Atribut Produk								
Kualitas Produk								
1	Mengetahui bahwa merek simPATI milik PT. Telkomsel	1	2	3	4	5	6	7
2	<i>Performance</i> (kinerja) kartu seluler prabayar simPATI mampu menjalankan fungsi sesuai produk ini yang dibeli, Misalnya, jaringan / sinyal yang kuat.	1	2	3	4	5	6	7
3	<i>Features</i> (fitur) kartu seluler prabayar simPATI memiliki keistimewaan tambahan sesuai dengan kebutuhan. Misalnya, simPATI Blackberry, voucher SMS, voucher internet, MMS, dan lain-lain.	1	2	3	4	5	6	7
4	Kehandalan produk kartu seluler prabayar simPATI dijamin kuat. Misalnya, simcard tidak mudah rusak	1	2	3	4	5	6	7
5	Kesesuaian pada fitur kartu seluler prabayar simPATI bisa digunakan sesuai dengan yang ditawarkan	1	2	3	4	5	6	7
6	Daya Tahan produk kartu seluler prabayar simPATI. Misalnya, masa berlaku kartu simPATI yang tidak pernah ada batasnya	1	2	3	4	5	6	7
7	<i>Service Ability</i> . Misalnya, mudah mendapatkan isi ulang kartu seluler prabayar simPATI	1	2	3	4	5	6	7
8	Fitur tambahan yang ditawarkan kartu seluler prabayar simPATI sangat menarik, seperti SMS, MMS, GPRS, WAP dan lainnya/	1	2	3	4	5	6	7
9	SimPATI adalah produk kartu seluler prabayar berkualitas tinggi dengan	1	2	3	4	5	6	7

	jangkauan yang luas.							
10	Kualitas suara yang jernih pada penggunaan kartu seluler prabayar simPATI	1	2	3	4	5	6	7
Fitur Produk								
11	Fitur lengkap yang diberikan produk kartu seluler prabayar simPATI memberikan benefit kepada saya dalam melengkapi kebutuhan komunikasi.	1	2	3	4	5	6	7
12	Fitur produk kartu seluler prabayar simPATI yang digunakan mudah untuk diperasikan sehingga memberikan kemudahan.	1	2	3	4	5	6	7
13	Fitur layanan kartu seluler prabayar simPATI memberikan kemudahan para penggunanya untuk mendapatkan informasi, misalnya <i>call center</i>	1	2	3	4	5	6	7
Desain Produk								
14	Warna pada kemasan produk kartu seluler prabayar simPATI sangat menarik	1	2	3	4	5	6	7
15	Produk kartu seluler prabayar simPATI mengeluarkan modifikasi berdasarkan kebutuhan. Misalnya, telkomsel poin, layanan smartphone *363# dan lainnya.	1	2	3	4	5	6	7
16	Model fitur-fitur operator kartu seluler prabayar simPATI sangat <i>futuristic</i> (tidak ketinggalan zaman). Misalnya, layanan smartphone *363#, voucher SMS, internet, MMS dan lainnya	1	2	3	4	5	6	7

BAGIAN IV. Brand Loyalty

Brand Loyalty adalah sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu.

No	Item Pernyataan	Sangat tidak setuju				sangat setuju		
		1	2	3	4	5	6	7
<i>Brand Loyalty</i>								
<i>Cognitive Loyalty</i>								
1	Akan menggunakan kembali produk merek simPATI	1	2	3	4	5	6	7
2	Tidak mau berganti kartu seluler prabayar dengan menggunakan kartu seluler prabayar selain simPATI	1	2	3	4	5	6	7
3	Akan membicarakan kebaikan-kebaikan kartu seluler prabayar simPATI kepada orang lain	1	2	3	4	5	6	7
<i>Affective Loyalty</i>								
4	Menyukai kartu simPATI	1	2	3	4	5	6	7
5	Merasa puas bila menggunakan kartu seluler prabayar simPATI.	1	2	3	4	5	6	7
6	Merasa bangga bila menggunakan kartu seluler prabayar simPATI	1	2	3	4	5	6	7
7	Akan tetap setia menggunakan kartu seluler prabayar simPATI	1	2	3	4	5	6	7
<i>Conative Loyalty</i>								
8	Selalu memperhatikan perkembangan produk simPATI, misalnya fitur baru simPATI, produk-produk simPATI dll	1	2	3	4	5	6	7
9	Merasa bahwa kartu seluler prabayar simPATI lebih baik dari pesaing-pesaingnya	1	2	3	4	5	6	7
10	Akan merekomendasikan ke orang lain untuk menggunakan kartu seluler prabayar simPATI.	1	2	3	4	5	6	7