

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas ridho dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Atribut Produk Terhadap *Brand Loyalty* Pada Pengguna Kartu Seluler Prabayar SimPATI di Bandung**”. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Bisnis program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut terlibat dalam penyusunan skripsi. Ucapan terima kasih khusus serta penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada kedua orang tua penulis, atas doa, dorongan, bimbingan, dan motivasi yang luar biasa sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.

Selanjutnya, dengan segala kerendahan hati penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Nurvita Trianasari, S.Si., M.Stat. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan bimbingan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Arif Partono P., MM.,CPHR selaku penguji I dan Ibu Rizky Vidymukti, SE., ME selaku penguji II pada sidang skripsi yang telah memberikan saran dan membantu penulis untuk memperbaiki isi dari skripsi ini.
3. Seluruh Dosen beserta karyawan Institut Manajemen Telkom yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta berbagi pengalaman yang berharga.
4. Keluarga penulis sebagai sebenar-benarnya keluarga, terimakasih kepada Bapak Piping A. Riva'i, Ibu Sri Rahayu, Resti Desiana Pinasih, Risa Apriani, dan Riani Puspita Dewi yang selalu berdoa, mendukung dan menyemangati ketika mulai tidak bersemangat dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Mbah Slamet Yuwono, Mae Siti Mulyati, Awih, Mas Iwan dan Mas Engko yang selalu berdoa dan menyemangati penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Partner penulis Hendrawan, terimakasih untuk motivasi, semangat dan perjuangan bersama selama mengerjakan skripsi ini, terimakasih untuk kebersamaannya selama ini.
7. Rekan-rekan Kosan Picung 7 no 71, yang tiada henti mengajarkan solidaritas tanpa batas dan menaungi sebuah arti perantauan serta mengajarkan semangat persaudaraan.
8. Rekan-rekan penulis selama masa perkuliahan yaitu Intan, Ice, Sukma, Uty, dan Lavie terimakasih untuk persahabatan dan terus saling menyemangati selama ini.
9. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik dalam teknik penulisan, struktur bahasa, ataupun persepsi ilmiah. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri penulis khususnya dan bagi mahasiswa Institut Manajemen Telkom umumnya.

Bandung, 21 Agustus 2013

Penulis
Rismayanti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Gambaran Umum PTTelkomsel	1
1.1.2 Visi dan Misi PT Telkomsel Tbk.....	1
1.1.3 Logo Identitas Perusahaan dan Slogan PT Telkomsel	1
1.1.4 Produk Seluler Telkomsel.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Strategi Pemasaran.....	9
2.1.2 Definisi Produk	9
2.1.3 Atribut Produk	10
2.1.3.1 Kualitas Produk.....	10
2.1.3.2 Fitur Produk	11
2.1.3.3 Desain Produk.....	12
2.1.4 <i>Brand Loyalty</i>	12
2.1.4.1 Definisi <i>Brand Loyalty</i>	12
2.1.4.2 Karakteristik <i>Brand Loyalty</i>	13
2.1.4.3 Komponen <i>Brand Loyalty</i>	13
2.1.4.4 Manfaat Nilai <i>Brand Loyalty</i>	14
2.1.5 Pengaruh Atribut Produk terhadap <i>Brand Loyalty</i>	16
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis Penelitian	25
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	25

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Peneletian.....	27
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	27
3.2.1 Operasional Variabel.....	27
3.2.2 Skala Pengukuran.....	35
3.3 Tahapan Penelitian.....	35
3.4 Populasi dan Sampel.....	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel.....	36
3.5 Pengumpulan Data.....	37
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
3.6.1 Uji Validitas.....	37
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.7.2 Analisis Multivariat.....	43
3.7.3 Analisis Korelasi Kanonikal.....	44

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif Data Responden.....	46
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	47
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Kartu Seluler Prabayar SimPATI.....	49
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	50
4.2.1 Sub Variabel Kualitas Produk (X1).....	50
4.2.2 Sub Variabel Fitur Produk (X2).....	52
4.2.3 Sub Variabel Desain Produk (X3).....	54
4.2.4 Sub Variabel <i>Cognitive Loyalty</i> (Y1).....	55
4.2.5 Sub Variabel <i>Affective Loyalty</i> (Y2).....	56
4.2.6 Sub Variabel <i>Conative Loyalty</i> (Y3).....	57
4.3 Analisis Koerelasi Kanonikal.....	58
4.3.1 Spesifikasi Model.....	58
4.3.2 Uji Normalitas Data.....	58
4.3.3 Uji Linieritas.....	59
4.3.4 Uji Multikolinieritas.....	61
4.3.5 Pengolahan Data.....	62
4.3.6 <i>Canonical Loading</i> dan <i>Canonical Cross Loading</i>	66

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	74
5.2.2 Saran untuk Peneliti selanjutnya	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	80
Kuesioner	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Simcard</i> GSM Prabayar di Indonesia 2013.....	5
Tabel 1.2	Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	28
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas	38
Tabel 3.3	Hasil Akhir Uji Validitas	40
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 3.5	Kategori Interpretasi Skor	43
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur	47
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Kartu Seluler Prabayar SimPATI	49
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk	51
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Fitur Produk	53
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Desain Produk	54
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang <i>Cognitive Loyalty</i>	55
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang <i>Affective Loyalty</i>	56
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang <i>Conative Loyalty</i>	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Linieritas	59
Tabel 4.12	Nilai <i>R Squared</i>	60
Tabel 4.13	Nilai VIF Uji Multikolinieritas	61
Tabel 4.14	<i>Multivariate Test of Significance</i>	62
Tabel 4.15	Nilai <i>Canonical Correlations</i> dan <i>Dimension Reduction Analysis</i>	63
Tabel 4.16	<i>Dimension Reduction Analysis</i>	63
Tabel 4.17	Nilai <i>Canonical Loading</i> Variabel Terikat	66
Tabel 4.18	Nilai <i>Canonical Loading</i> Variabel Bebas	67
Tabel 4.19	Nilai <i>Canonical Cross-Loading</i>	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo PT.Telekomunikasi Indonesia.....	2
Gambar 1.2	Pertumbuhan <i>Market Size</i> Industri Telekomunikasi di Indonesia.....	3
Gambar 1.3	Jumlah Pelanggan Operator Seluler Di Indonesia Tahun 2012.....	5
Gambar 2.1	Nilai Loyalitas Merek.....	15
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	35
Gambar 3.2	Model Fungsi Kanonikal Dalam Korelasi Kanonikal	45
Gambar 4.1	Diagram Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 4.2	Diagram Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Umur	48
Gambar 4.3	Diagram Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	49
Gambar 4.4	Diagram Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Lama Menggunakan Kartu seluler Prabayar SimPATI	50
Gambar 4.5	P-P Plot Uji Normalitas	58
Gambar 4.6	Fungsi Kanonikal Pertama	64
Gambar 4.7	Fungsi Kanonikal Kedua.....	65
Gambar 4.8	Fungsi Kanonikal Ketiga.....	66
Gambar 4.9	<i>Canonical Loading</i> Fungsi Pertama.....	68
Gambar 4.10	<i>Canonical Loading</i> Fungsi Kedua.....	69
Gambar 4.11	<i>Canonical Loading</i> Fungsi Ketiga	70