

**PENGARUH KUALITAS PRODUK
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN DAN
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA
SMARTPHONE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI KOTA
BATAM)**

SKRIPSI



**Oleh:
Dewi Yanti
150910062**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN DAN
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA
SMARTPHONE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI KOTA
BATAM)**

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana



Oleh:
Dewi Yanti
150910062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali segera tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarah dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 14 Maret 2019

Yang membuat pernyataan

Dewi Yanti

150910062

**PENGARUH KUALITAS PRODUK
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN DAN
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA
SMARTPHONE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI KOTA
BATAM)**

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:
Dewi Yanti
150910062

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 14 Maret 2019

Raymond, S.E., M.Sc
Pembimbing

ABSTRAK

Tingkat persaingan yang ketat sering terjadi pada teknologi telekomunikasi terutama pada *smartphone* yang dalam beberapa tahun terakhir. Salah satunya adalah *smartphone* iPhone. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada *smartphone* iPhone. Instrumen dalam metode survei kuisioner yang diberikan secara pribadi kepada 3 mahasiswa/i universitas di kota Batam. Sampel mencakup 100 responden dengan *simple random sampling* dan penentuan oleh *unknown populations*. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) pada program SmartPLS versi 2.0 M3. Hasil temuan menunjukkan bahwa kualitas produk terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai *original sample* sebesar 0.40405 dengan signifikansi dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik 9.782119 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,962 dan kualitas produk memperoleh nilai *original sample* sebesar 0.411893 dengan nilai t-statistik sebesar 12.898847 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1.962. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) maka dapat dinyatakan dan disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

The tight competition often occurs in telecommunications technology, especially on smartphones for over past years. One of them is an iPhone. This study examined the effect of product quality on customer satisfaction and customer loyalty on smartphone iPhone. The instrument method is in a survey questionnaire was administered personally to 3 university students in Batam city. The sample was covered by 100 respondents by simple random sampling and retrieval by unknown populations. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) of SmartPLS version 2.0 M3 program. The results of the assessment indicate that product quality towards customer satisfaction has an original sample value of 0.40405 with a significance below 5% which is discussed with a t-statistic value of 9.782119 greater than the t-table value of 1.962 and product quality obtains an original sample value of 0.411893 with a t-statistic value of 12.898847 greater than the t-table value of 1.962. Based on the results of testing using Structural Equation Modeling (SEM), it can be stated and concluded that product quality has a significant positive effect on customer satisfaction and consumer loyalty.

Keyword: *Quality Product, Customer Satisfaction and Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Segala puji kepada triratna serta para bodhisattva mahasattva atas perlindungan dan pancaran cinta kasih-nya yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Yvonne Wangdra, B.Com., M.Com. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam;
3. Bapak Raymond, S.E., M.Sc. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, serta saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini;
4. Semua dosen dan staff pengajar di Universitas Putera Batam yang telah mendidik, mengajar dan memberikan dorong kepada penulis hingga penulis dapat mengikuti proses perkuliahan;
5. Keluarga terutama orang tua dan saudara penulis yang selalu memberikan nasihat dan dukungan dalam penyusunan Skripsi ini;
6. Serta Teman-teman yang selalu mendukung penulis sendiri.

Semoga para Triratna serta para Bodhisattva Mahasattva atas perlindungan dan pancaran cinta kasihnya membalas kebaikan dan selalu mencurakan hidayah serta taufik-Nya, Saddhu.

Batam, 14 Maret 2019

Penulis
Dewi Yanti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Masalah	6
1.6. Manfaat Penelitian	7
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Teori Dasar.....	9
2.1.1. Kualitas Produk.....	9
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Produk	9
2.1.1.2. Ciri-ciri Kualitas Produk.....	11
2.1.1.4. Indikator Kualitas Produk.....	12
2.1.2. Kepuasan Konsumen	13
2.1.2.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	13
2.1.2.2. Ciri-ciri Kepuasan Konsumen	15
2.1.2.3. Manfaat Kepuasan Konsumen.....	15
2.1.2.4. Indikator Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.3. Loyalitas Konsumen	17
2.1.3.1. Pengertian Loyalitas Konsumen	17
2.1.3.2. Ciri-ciri Loyalitas Konsumen	18
2.1.3.3. Manfaat Loyalitas Konsumen.....	18
2.1.3.4. Indikator Loyalitas Konsumen	20
2.2. Penelitian Terdahulu	20
2.3. Hubungan Antar Variabel	24
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	24
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	24
2.4. Kerangka Pemikiran.....	25
2.5. Hipotesis	26

BAB III	
METODE PENELITIAN.....	27
3.1. Metode Penelitian	27
3.2. Operasional Penelitian	27
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	28
3.3.1. Populasi.....	28
3.3.2. Sampel.....	29
3.3.3. Teknik Sampling.....	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5. Metode Analisis Data.....	31
3.5.1. Analisis Deskriptif	32
3.5.2. Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	32
3.5.3. Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	33
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	34
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	34
3.6.2. Jadwal Penelitian	34
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1. Analisis Deskriptif	36
4.2. Profil Responden.....	37
4.2.1. Jenis Kelamin Responden	37
4.2.2. Usia Responden	38
4.2.3. Mahasiswa Responden.....	39
4.3. Grafik Model <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	39
4.4. Evaluasi <i>Outer Model</i>	41
4.4.1. <i>Convergent Validity</i>	41
4.4.2. <i>Discriminant Validity</i>	42
4.4.3. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	43
4.4.4. <i>Cronbachs Alpha</i>	44
4.5. Evaluasi <i>Inner Model</i>	44
4.5.1. Uji <i>R-Square</i>	45
4.5.2. Uji Hipotesis	45
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1. Kesimpulan	49
5.2. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Hasil Survei J.D. Power	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4.1 Model Analisis Persamaan Struktural Pertama.....	40
Gambar 4.2 Model Analisis Persamaan Struktural Terakhir	40

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	28
Tabel 3.2 Teknik Pengumpulan Data	31
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian	34
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa	39
Tabel 4.5 <i>Outer Loading</i>	41
Tabel 4.6 <i>Cross Loading</i>	42
Tabel 4.7 <i>Composite Reliability</i>	43
Tabel 4.8 <i>Average Variant Extracted</i>	43
Tabel 4.9 <i>Cronbachs Alpha</i>	44
Tabel 4.10 Nilai <i>R-Square</i>	45
Tabel 4.11 Nilai <i>T-Statistics</i>	46