

**GAMBARAN TINGKAT *BRAND LOYALTY* KONSUMEN
TERHADAP PONSEL MEREK NOKIA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

Ramatati Anggraini

0614 3060 0473

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

PALEMBANG

2017

GAMBARAN TINGKAT *BRAND LOYALTY* PADA
KONSUMEN PONSEL MEREK NOKIA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)



Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya

Oleh: -

RAMATATI ANGGRAINI

0614 3060 0473

Menyetujui,

Pembimbing I

Hanifati Burhan, S.E., M.M.
NIP 195611181987032001

Pembimbing II

Jusmawi Bustan, S.E., M.Si.
NIP 195901011989031006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum., Res.M.
NIP 19600806198910100

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ramatati Anggraini
NIM : 0614 3060 0473
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Judul Laporan Akhir : Gambaran Tingkat Brand Loyalty Konsumen Terhadap Ponsel Merek Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri
2. Laporan Akhir bukanlah plagiat/salinan Laporan akhir milik orang lain
3. Apabila laporan akhir saya plagiat/salinan Laporan akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan laporan akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2017

Yang Membuat Pernyataan,



Ramatati Anggraini
061430600473

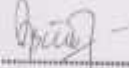
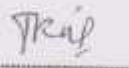

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Ramatati Anggraini
NPM : 0614 3060 0473
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Gambaran Tingkat Brand Loyalty Konsumen Terhadap Ponsel Merek Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis
Dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Senin
Tanggal: 17 Juli 2017

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Lisnini, S.E., M.Si. NIP 195904211989102001		20 Juli 2017
2.	Trisilowati, S.E., M.M. NIP 196307301989112001		18 Agustus 2017
3.	Dr. M. Syahrman Yusi, S.E., M.Si. NIP 195808171993031001		20 Juli 2017
4.	Pridson Mandiangan, S.E., M.M. NIP 195803201989101001		20 Juli 2017

MOTTO: *“Barang siapa yang menyulitkan (orang lain) maka Allah akan mempersulitnya pada hari kiamat”*
(HR Al-Bukhari)

Kupersembahkan untuk:

- 1. Almarhum Kedua Orang Tua***
- 2. Ajong, Ncak dan Uwuh***
- 3. Sahabat-Sahabatku***
- 4. Teman Seperjuangan NB'14***
- 5. Almamater***

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik Laporan Akhir yang berjudul : **“Gambaran Tingkat *Brand Loyalty* Konsumen Terhadap Ponsel Merek Nokia (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Politeknik Negeri Sriwijaya)”**. Shalawat dan salam tak lupa penulis ucapkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW serta para sahabat yang selalu setia berada di jalan Allah hingga akhir zaman.

Adapun tujuan dari laporan akhirnya ini adalah untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Dalam Penulisan laporan akhir ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kekeliruan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca agar dapat menjadi pembelajaran bagi penulis untuk masa yang akan datang.

Palembang, Juli 2016

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan laporan akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak berupa bimbingan, bantuan, dorongan, dan saran serta doa dari berbagai pihak, baik yang diberikan secara tertulis maupun lisan. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut membantu dalam proses penyelesaian laporan ini, khususnya kepada :

1. Bapak **Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T.** selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak **A. Jalaluddin Sayuti, S.E.MhumRes** selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Bapak **Divianto, S.E., MM.** selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Ibu **Hanifati Burhan, S.E., M.M.** selaku Dosen Pembimbing I Laporan Akhir.
5. Bapak **Jusmawi Bustan, S.E., M.Si.** selaku Dosen Pembimbing II Laporan Akhir.
6. Segenap dosen, karyawan dan staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
7. Kedua almarhum orang tua, kakek, saudara, dan para sahabat atas doa, semangat dan bantuan baik materil maupun moril.
8. Serta teman-teman seperjuangan di kelas 6 NB yang telah menghibur dan menjadi motivasi bagi penulis.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya. Semoga laporan ini memberikan manfaat bagi kita semua, Amin.

Palembang, Juli 2017

Penulis

ABSTRAK

Judul laporan akhir ini adalah Gambaran Tingkat *Brand Loyalty* Konsumen Terhadap Ponsel Merek Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran tingkat *brand loyalty* konsumen ponsel merek Nokia dan untuk mengetahui tingkat *brand loyalty* manakah yang paling dominan diduduki oleh konsumen ponsel merek Nokia. Data yang digunakan adalah kuesioner. Metode yang digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, loyalitas konsumen berdasarkan tingkat *switcher*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, dan *committed buyer* mendapat hasil dengan kriteria Kuat. Sedangkan tingkat *liking of the brand* mendapat hasil dengan kriteria paling tinggi yaitu Sangat Kuat. Jadi, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagian besar konsumen ponsel merek Nokia memiliki loyalitas pada tingkat ke empat yaitu *liking of the brand*.

Keyword: brand loyalty, switcher, habitual buyer, satisfied buyer, liking of the brand, committed buyer

ABSTRACT

The title of this final report is The Overview Of Brand Loyalty Level In The Consumers Of Nokia Brand (Case Study on Students of Business Administration Major State Polytechnic of Sriwijaya). The purpose of the study is to know about the overview of brand loyalty level in the consumers of Nokia brand and which level of brand loyalty that is the most dominant level to be occupied by the consumers of Nokia brand. The data were collected through questioner. The methods were used though qualitative and quantitative. Based on the findings, the consumer's loyalty based on switcher, habitual buyer, satisfied buyer, and committed buyer level gets the results with the strong criteria and the liking of the brand level gets the highest criteria, it is a very strong criteria. The conclusion of this study is the consumers of Nokia brand mostly have the loyalty level on the fourth level, it is the liking of the brand level.

Keyword: brand loyalty, switcher, habitual buyer, satisfied buyer, liking of the brand, committed buyer

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	6
1.3 Tujuan dan Manfaat	7
1.3.1 Tujuan	7
1.3.2 Manfaat	7
1.5 Metodologi Penelitian	8
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	8
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	9
1.5.4 Populasi dan Sampel Penelitian	9
1.5.5 Skala Pengukuran Data	11
1.6 Analisa Data	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Perilaku Konsumen	16
2.1.1 Pengertian Perilaku konsumen	16
2.1.2 Faktor-Faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
2.2 <i>Brand</i> (Merek)	17
2.2.1 Pengertian Brand (Merek)	17
2.2.2 Manfaat Brand (Merek)	18
2.2.3 Peranan Brand Loyalty (Merek)	18

2.2.4 Fungsi Brand (Merek)	20
2.3 <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek)	21
2.3.1 Pengertian Brand Loyalty (Loyalitas Merek)	21
2.3.2 Peranan Brand Loyalty (Loyalitas Merek)	21
2.3.3 Tingkatan Brand Loyalty (Loyalitas Merek)	23

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	25
3.2 Visi dan Misi	27
3.2.1 Visi	27
3.2.2 Misi	27
3.3 Strategi dan Usaha Nokia	27
3.3.1 Strategi Nokia	27
3.3.2 Usaha Nokia	28
3.4 Standar Penamaan Tipe Ponsel Merek Nokia	28
3.5 Logo Nokia	30
3.5 Profil Responden	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Tingkat Brand Loyalty Konsumen Terhadap Ponsel Merek Nokia di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya	39
4.1.1 <i>Switcher</i> (Pembeli yang Berpindah-Pindah)	39
4.1.2 <i>Habitual Buyer</i> (Pembeli yang Bersifat Kebiasaan)	44
4.1.3 <i>Satisfied Buyer</i> (Pembeli yang Puas dengan Biaya Peralihan)	49
4.1.4 <i>Liking The Brand</i> (Pembeli yang Menyukai Merek)	54
4.1.5 <i>Comitted Buyer</i> (Pembeli yang Berkomitmen/Setia)	59
4.2 Tingkat Brand Loyalty yang Paling Dominan Diduduki oleh Konsumen Ponsel Merek Nokia di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya	67

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan	71
4.2 Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Gambar 1.1 Peringkat Pangsa Pasar Merek Ponsel	3
Gambar 1.2 Top Brand Award Kategori Telecommunication/IT	4
Gambar 1.3 Pengguna Ponsel merek Nokia di Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi D-III	5
Gambar 1.4 Komposisi Sampel Penelitian	11
Gambar 1.5 Skala Likert	12
Gambar 2.1 Fungsi Merek Bagi Konsumen	20
Gambar 3.1 Identitas Responden	34
Gambar 3.2 Responden Berdasarkan Semester	36
Gambar 4.1 Skala Likert	37
Gambar 4.2 Kriteria Interpretasi Skor	38
Gambar 4.3 Skor Jawaban Responden	39
Gambar 4.4 Rata-Rata Persentase Indeks Skor	42
Gambar 4.5 Skor Jawaban Responden	44
Gambar 4.6 Rata-Rata Persentase Indeks Skor	47
Gambar 4.7 Skor Jawaban Responden	49
Gambar 4.8 Rata-Rata Persentase Indeks Skor	52
Gambar 4.9 Skor Jawaban Responden	54
Gambar 4.10 Rata-Rata Persentase Indeks Skor	57
Gambar 4.12 Skor Jawaban Responden	59
Gambar 4.13 Rata-Rata Persentase Indeks Skor	62
Gambar 4.13 Indeks Skor dan Rata-Rata Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Brand Loyalty Konsumen Ponsel Merek Nokia di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Piramida Tingkat Brand Loyalty	24
Gambar 3.1 Logo Nokia Tahun 1871	30
Gambar 3.2 Logo Nokia Tahun 1898	31
Gambar 3.3 Logo Nokia Tahun 1967	31
Gambar 3.4 Logo Nokia Tahun 1992	32
Gambar 3.5 Logo Nokia Tahun 2006	33
Gambar 3.6 Logo Nokia Tahun 2006-Sekarang	33
Gambar 4.1 Piramida Tingkat Brand Loyalty Konsumen Ponsel Merek Nokia di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya	63
Gambar 4.2 Diagram Tingkat Brand Loyalty Konsumen Ponsel Merek Nokia di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya	70

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Lembar Konsultasi Laporan Akhir
- Lampiran 2** Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 3** Lembar Revisi Laporan Akhir (Perbaikan)
- Lampiran 4** Lembar Tanda Persetujuan Revisi
- Lampiran 5** Daftar Kuesioner