

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN LAPTOP
HEWLETT PACKARD (Survei Pengguna Laptop di Universitas
Jayabaya Jakarta Timur)**

**MUHAMAD ISHAL SUGIAT H
8215078054**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND TRUST TOWARDS CUSTOMER LOYALTY NOTEBOOK HEWLETT PACKARD (Survey on Notebook User at Jayabaya University East of Jakarta)

**MUHAMAD ISHAL SUGIAT H
8215078054**



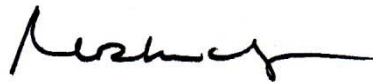
Skripsi is written as Part Of Bachelor Degree in Economics Accomplishment

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2012**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


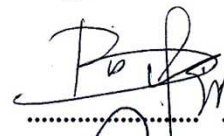


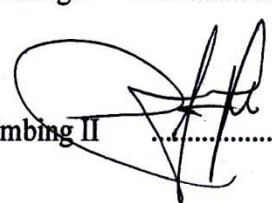
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Nurahma Hajat, M.Si

NIP: 19531002 198503 2 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>1. Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP: 19570221 1985032002	Ketua		02/08/2012
<u>2. Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP: 196301191992032001	Sekretaris		02/08/2012
<u>3. Dr. Mohamad Rizan, SE,MM</u> NIP: 197206272006041001	Penguji Ahli		02/08/2012
<u>4. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP: 197206171999031001	Pembimbing I		02/08/2012
<u>5. Agung Kresnamurti RP, ST, MM</u> NIP: 197404162006041001	Pembimbing II		02/08/2012

Tanggal Lulus: 17 Juli 2012

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 7 Agustus 2012

Yang membuat pernyataan



Muhamad Ishal Sugiati H

No. Reg 8215078054

ABSTRAK

Muhamad Ishal Sugiati, 2012; Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Laptop Hewlett Packard (HP): Survei Pada Pengguna Laptop HP di Universitas Jayabaya Jakarta Timur. Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, SE., Agung Kresnamurti, ST, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara jelas tentang kualitas produk, kepercayaan merek, dan loyalitas konsumen pengguna laptop HP di Universitas Jayabaya Jakarta Timur. Tujuan kedua adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Tujuan ketiga untuk menguji pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen. Dan tujuan keempat adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kepercayaan merek secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen laptop HP. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna laptop HP di Universitas Jayabaya Jakarta Timur. Pengambilan sampel berjumlah 100 responden dengan menggunakan metode *nonprobability sampling*. Sedangkan bagian dari *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif, desain deskriptif serta kausal, metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode survei. Data diolah dengan menggunakan program aplikasi statistik SPSS 16. Hasil dari uji t menunjukkan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi X_1 ke Y (0.000), dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen juga berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi X_2 ke Y (0.000) keduanya tidak lebih besar dari 0.05. Hasil dari uji F menunjukkan pengaruh yang signifikan dari kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen yaitu (0.000). Kemudian hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan besarnya variasi nilai loyalitas konsumen yang dijelaskan pada variabel kualitas produk dan kepercayaan merek sebesar 26,4%. Sedangkan sisanya yakni 73,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas produk, kepercayaan merek, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

Muhamad Ishal Sugiati H, 2012; The Influence of Product Quality and Brand Trust Towards Customer Loyalty: Survey on Notebook Hewlett Packard Costumer at Jayabaya University East Jakarta. Advisory Team: Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si., Agung Kresnamurti, ST, MM.

This study aims to describe clearly about product quality, Brand Trust and Customer Loyalty on students at Jayabaya University East Jakarta. The second objective is to test the influence of product quality on customer loyalty. The third objective is to test the influence of brand trust on customer loyalty. And the fourth objective is to test the simultaneously the influence between product quality and brand trust to customer loyalty. Population of the research is notebook Hewlett Packard costumer on Jayabaya University East Jakarta. Sampling totaled 100 respondents using nonprobability sampling method. While part of nonprobability sampling used was purposive sampling. The research was carried out quantitatively, descriptive and causal research design, and use survey methods. Analysis of the research was conducted using SPSS 16 for data processing. The results of the t test shows the product quality and customer loyalty significantly influence the significance value X_1 to Y (0.000), and brand trust and customer loyalty are also significantly influence the value of significance X_2 to Y (0.000) both are not greater than 0.05. The results of F test simultaneously indicates product quality and brand trust influencing significantly to customer loyalty (0.000). And the result of determination analysis in this study shows the variations in the value of customer satisfaction that is described in the variable product quality and price by 26.4%. While the remaining 73.6% are influenced or explained by other variables that are not included in this research model.

Keywords: Product Quality, Brand Trust, Customer Loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan tugas akhir yang harus dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini, peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan dan sarannya kepada peneliti. Ungkapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada :

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si. dan Bapak Agung Kresnamurti, ST, MM selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi selama ini. Dorongan dan semangat yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Mohammad. Rizan, SE, MM. dan Ibu Dra Basrah Saidani, M.Si selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
5. Ibu Dra. Umi Mardiyati M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.

6. Para dosen dan seluruh karyawan /staf pegawai Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak mungkin disebutkan satu persatu atas bantuan yang diberikan selama peneliti mengikuti studi.
7. Bapak Muhammad Yassin SE, Ak, MM selaku dosen Universitas Jayabaya yang memberikan masukan, dan juga teman-teman di Universitas Jayabaya yang turut membantu selama peneliti melakukan penelitian.
8. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada ayahanda Muhammad Suhartono dan Ibunda Nur Hasanah selaku orang tua penulis, yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
9. Lalu seluruh teman–teman dari S1 Manajemen angkatan 2005, angkatan 2006 dan angkatan 2007 yang selalu menyemangati peneliti selama ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, Juli 2012

Peneliti