

**HUBUNGAN ANTARA INOVASI PRODUK DENGAN
LOYALITAS MEREK PENGGUNA TELEPON SELULER
NOKIA PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI &
ADMINISTRASI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA**

**EFRATIN CLARA SIAHAYA
8135087906**



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

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
JURUSAN EKONOMI & ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

***CORRELATION BETWEEN PRODUCT INNOVATION WITH
BRAND LOYALTY NOKIA MOBILE PHONE IN STUDENT OF
THE ECONOMICS AND ADMINISTRATION AT STATE
UNIVERSITY OF JAKARTA***

**EFRATIN CLARA SIAHAYA
8135087906**



Skripsi Is Written as Part Of Bachelor Degree in Education Accomplishment

**STUDY PROGRAM OF EDUCATIONAL COMMERCE
DEPARTEMENT OF THE ECONOMICS AND ADMINISTRATION
FACULTY OF ECONOMIC
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2012**

ABSTRAK

EFRATIN CLARA SIAHAYA. Hubungan Antara Inovasi Produk dengan Loyalitas Merek Pengguna Telepon Seluler Nokia Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Skripsi, Jakarta : Program Studi Pendidikan Tata Niaga. Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data/fakta yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (reliable) tentang seberapa jauh hubungan antara inovasi produk dengan loyalitas merek pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan terhitung sejak bulan Maret sampai Juni 2012. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey pendekatan korelasional. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Ekonomi dan Administrasi pengguna dan yang loyal dengan telepon seluler Nokia yang berjumlah 284 orang mahasiswa. Dengan populasi terjangkau mahasiswa Pendidikan Tata Niaga angkatan 2008-2011 sebanyak 81 orang. *Sampling error* 5% menjadi 65 orang sebagai sampel, menggunakan teknik sampling acak sederhana.

Untuk menjangkau data variabel X (Inovasi Produk) dan variabel Y (Loyalitas Merek), digunakan instrumen berbentuk kuesioner, yang disebar kepada mahasiswa jurusan Ekonomi dan Administrasi, setelah itu dilakukan uji validitas isi melalui proses validasi yaitu perhitungan koefisien korelasi skor butir dengan skor total dan uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*. Hasil reliabilitas variabel X (Inovasi Produk) sebesar 0,891 dan reliabilitas variabel Y (Loyalitas Merek) sebesar 0,876.

Uji persyaratan analisis yang dilakukan adalah dengan mencari persamaan regresi yang di dapat adalah $\hat{Y} = 38,96 + 0,903 X$. Selanjutnya adalah uji normalitas galat taksiran regresi atas X dengan menggunakan uji *Liliefors* dan diperoleh $L_{hitung} = 0,0937$ dibandingkan dengan L_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 sebesar 0,10989, maka $L_o < L_t$. Hal ini berarti galat taksiran Y atas X berdistribusi normal. Uji kelinieran menghasilkan $F_{hitung} (0,97) < F_{tabel} (1,80)$, ini berarti model regresi yang dipakai linier. Sedangkan Uji keberartian regresi diperoleh $F_{hitung} (32,30) > F_{tabel} (4,00)$, ini membuktikan bahwa regresi berarti. Uji koefisien korelasi *product moment* menghasilkan r_{xy} sebesar 0,582. Kemudian dilanjutkan dengan uji signifikansi koefisien dengan menggunakan uji t. Hasil yang diperoleh adalah $t_{hitung} (5,683)$, sedangkan t_{tabel} pada $dk = n - 2 = 65 - 2 = 63$ dan taraf signifikansi 0.05 adalah 1,671, berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Perhitungan koefisien determinasi menghasilkan $r_{xy}^2 = 0,582^2 = 0,3389$. Ini menunjukkan bahwa 33,89% variasi inovasi produk ditentukan oleh Loyalitas Merek. Kesimpulan penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara inovasi produk dengan loyalitas merek pada mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

ABSTRACT

EFRATIN CLARA SIAHAYA. Correlation Between Product Innovation With Brand Loyalty Nokia Mobile Phone In Student Of The Economics and Administration At State University Of Jakarta. Skripsi, Jakarta: Study Program Of Economics Commerce, Departement of Economics and Administration, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2012.

The purpose of this research is to get the information and knowledge based on valid data or fact, true and believable about how far the correlation between product innovation with brand loyalty in student of the Economics and Administration at State University of Jakarta. This research is done in located on faculty of economics R Building, Jakarta Street Rawamangun, Jakarta 13220.

This research is using survey method with correlation approach. Independent variable is product innovation and the brand loyalty is the dependent variable. The population of this research is departement of economics and administration. The sample is education administration and economic is about 81 student. The sample that is used in this research is disproporinationate stratified random sampling, The research based on the analysis of the 65 student.

The technique analysis of this data is begin by finding the formula of simple linier regression, and the result is $\hat{Y} = 38,96 + 0,903X$. Analysis qualification test namely regression estimate error normality test Y for X with lilifors has the result $L_{account} (0,0937) < L_{tabel} (0,10989)$. It means the sample have normal distribution population. Based the result of research for regression linierness is know that $F_{account} (0,97) < F_{tabel} (1,80)$. It is shown that linier regression model. From hypothesis test is begin from regression meaning test has the result $F_{account} (32,30) > F_{table} (4,00)$, it is known that the regression model is meaning full. Based the product moment from Pearson of Correlation coeficient test has the result the value $r_{xy} = 0,582$. It means the correlation between servicescape with brand loyaltyis positif. Menwhile from the account of t-test be know $t_{account} (5,683) > t_{table} (1,671)$, so it show that there is a meaning full (significant) between servicescape with consumer satisfaction. From the research result of determination coefficient is taken the Value 33,89 %, that show the amount of distribution of account receivable to earning power about 33,89 %.




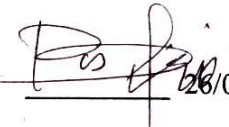

This result of study already proves that there is positive correlation and significant meaning between product innovation with brand loyalty. This matter means that if more product innovation high so it also will extant of brand loyalty.

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

PENANGGUNG JAWAB
DEKAN FAKULTAS EKONOMI



Dra. Nurahma Hajat, M.Si
NIP. 19531002 198503 2 001

	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1. Ketua	<u>Drs. Nurdin Hidayat, M.Si</u> NIP.196610302000121001	 _____	26/07/2012
2. Sekretaris	<u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP.195310021985032001	 _____	26/07/2012
3. Penguji Ahli	<u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP.195311171982032001	 _____	26/07/2012
4. Pembimbing I	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001	 _____	26/07/2012
5. Pembimbing II	<u>Dra. Corry Yohana, MM</u> NIP.195909181985032011	 _____	26/07/2012

Dinyatakan lulus, hari / tanggal : Selasa, 24 Juli 2012

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya 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 lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara 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, Juli 2012
Yang membuat pernyataan



Efratin Clara Siahaya
8135087906

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“I can do all things through Christ which strengtheneth me”
(Philippians 4 : 13)**

**“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan
kepadaku”
(Filipi 4 : 13)**

**“Keep working hard and you can get anything that you want. If
God gave you the talent, you should go for it. But don’t think it’s
going to be easy. It’s hard!”. –Aaliyah**

**Thanks to my God, my Saviour Jesus Christ
My Dad & Mom
“Danny Siahaya & Netty Siagian”
My Brother
“Gihon Siahaya”
My Little Sister
“Tigris Olivia Siahaya”**

And all my Friends...

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan berkat, kasih karunia, dan pertolongan-Nya. Sehingga memberikan kesempatan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Inovasi Produk Dengan Loyalitas merek Pengguna Telepon Seluler Nokia Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”. Skripsi yang ditulis ini merupakan salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari betul masih terdapat kekurangan dalam berbagai hal. Untuk itu bantuan, saran, kritik dalam penyusunan skripsi ini, peneliti terima kasih dengan senang hati. Pada kesempatan ini perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku dosen pembimbing I yang dengan penuh perhatian dan kesabaran membimbing peneliti, memberikan solusi atas permasalahan yang dialami peneliti.
2. Dra. Corry Yohana, selaku dosen pembimbing II yang dengan penuh perhatian dan kesabaran membimbing peneliti, memberikan solusi atas permasalahan yang dialami peneliti.
3. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si, selaku Ketua Prodi Pend. Tata Niaga.
4. Ari Saptono, SE, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi.
5. Dra. Nurahma Hajat, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

6. Seluruh dosen Jurusan Ekonomi dan Administrasi terutama dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah mendidik peneliti dengan penuh ketulusan.
7. Terima kasih untuk seluruh keluargaku (Papa, Mama, Kakak dan Adik) atas segala cinta, kesabaran, dukungan dan doa untuk ku.
8. Rekan-rekan selama perkuliahan (Ayuningtyas, Yuni, Rini, Titi, Dian R, Devi, Santy, Renny, Indah, Langgeng, Setya Rini) dan seluruh anak TN Non Reg'08 terima kasih untuk mereka.
9. Semua pihak yang turut membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti berharap hasil penelitian ini berguna terutama bagi peneliti dan instansi terkait serta pihak-pihak yang membutuhkan sebagai persembahan peneliti. Akhirnya peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, saran, kritik, dan masukan dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juli 2012

Efratin Clara Siahaya