

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT Samsung Electronics Indonesia

Samsung Electronics Co, Ltd. adalah pemimpin global dalam Semikonduktor, Telekomunikasi, Media Digital dan Teknologi Digital Convergence. Pada tahun 2004 induk perusahaan berhasil meraih total penjualan senilai USD 5,3 milyar dengan pendapatan bersih mencapai USD 1,3 milyar, merupakan salah satu dari sembilan perusahaan di dunia dengan pendapatan di atas USD 10 miliar. Samsung Electronics Co, Ltd. memiliki lebih dari 113.000 karyawan di 90 kantor perwakilan yang beroperasi di 48 negara.

Sejak didirikan pada tahun 1938, secara terus-menerus Samsung telah memperbaiki pernyataan misinya untuk menjawab tantangan baik dari dalam diri sendiri maupun dari dunia luar. Kontribusi ekonomi terhadap bangsa, prioritas terhadap sumber daya manusia, pencarian rasionalisme. Setiap slogan mewakili momen-momen yang signifikan dalam sejarah Samsung, menggambarkan tahap-tahap pertumbuhan perusahaan dari pemimpin industri domestik sampai menjadi kelompok elektronik pelanggan global.

Tahun 1990-an, Samsung membawa kebutuhan untuk mentransformasikan pernyataan misinya untuk tetap mengikuti perkembangan zaman dalam operasi global yang terus mengalami pertumbuhan, mengikuti perubahan yang cepat dalam dunia ekonomi, dan ambil bagian dalam kompetisi yang terus meningkat dengan pesaing-pesaing yang sudah mapan.

Samsung bertekad akan mencurahkan sumber daya manusia dan teknologinya untuk menciptakan produk-produk dan layanan yang bermutu tinggi, dan dengan demikian ambil bagian dalam masyarakat global yang lebih baik.

Filosofi manajemen Samsung menggambarkan kekukuhan untuk secara langsung mengambil peran dalam menciptakan masyarakat dunia yang makmur sebuah masyarakat tunggal. Kunci sukses Samsung adalah orang-orang yang mendedikasikan dirinya serta memiliki talenta dan kreatifitasnya setiap waktu. Teknologi juga memegang peranan penting dalam mencapai standar hidup yang lebih tinggi. Sementara produk-produk dan layanan yang superior adalah jati dirinya.

Samsung memiliki tujuan mencapai kontribusi yang menonjol, menjalankan tugas secara profesional dan tidak membahayakan kualitas produk kelas dunia kepada pelanggannya:

1. Partisipasi secara aktif dengan pelanggan.
2. Mengenali dan menjawab tantangan global.
3. Menjamin masa depan yang lebih baik bagi semua orang.

Samsung memiliki nilai-nilai dan filosofi:

1. Kreativitas

Samsung membuka seluruh kesempatan dan memberi penghargaan kepada inovasi dan kreativitas.



2. *Team building*

Membangun rasa saling percaya dan saling menghormati di antara kolega dan mengakui setiap usaha individual serta bekerja sama sebagai satu tim. yang akan menggiring Samsung menjadi kekuatan dunia.

3. Kualitas

Menetapkan standar yang tinggi dalam pekerjaan dan tidak akan mentolerir kesalahan yang akan mempengaruhi pertumbuhan perusahaan.

4. Pengembangan Staf


Pegawai dilatih untuk selalu mengikuti perubahan pasar, menghargai komitmen pegawai dan kontribusi mereka serta mengembangkan kesempatan karier bagi setiap individu.

5. Komunikasi Staf

Menekankan pada komunikasi dua arah dan siap mendengarkan dan menerima ide-ide dari semua tingkatan pegawai.

6. Lingkungan

Memastikan bahwa para pegawai bekerja di lingkungan yang aman.



Samsung hadir di Indonesia pada bulan Agustus 1991 ditandai dengan keluarnya ijin investasi dari pemerintah (BKPM) dengan nama perusahaan PT. Samsung Metrodata Electronics. Pada saat bersamaan, Samsung mulai membangun pabrik yang terletak di kawasan industri Jababeka dan selesai pada bulan Juni 1992.

Berikut kronologis perkembangan Samsung di Indonesia.

1. Agustus 1994 : Pembangunan pabrik Color TV, Headquarter, fasilitas olahraga & kesejahteraan (selesai Oktober 1995).
2. September 1994 : Produksi tape recorder ke 1 milyar (Audio).
3. Mei 1995 : Produksi Color TV.
4. Juni 1996 : Sertifikat ISO 9002 untuk produksi Video.
5. Januari 1997 : Sertifikat ISO 9002 untuk produksi CTV.
6. Maret 1997 : Relokasi produksi Audio.
7. Mei 1997 : PT. Samsung Metrodata Electronics menjadi 100% penanam modal asing (PMA).
8. Agustus 1997 : Penggantian nama PT. Samsung Metrodata Electronics menjadi PT. Samsung Electronics Indonesia

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah para mahasiswa di Jurusan Pendidikan Ekonomi UPI angkatan 2004-2006. Berdasarkan pengolahan yang telah dilakukan, diketahui bahwa responden memiliki karakteristik yang beragam. Dalam penelitian ini, karakteristik responden didasarkan pada jenis kelamin, dan uang saku.

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini, karakteristik responden pada kategori jenis kelamin dikelompokkan menjadi dua. Hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kode	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
1	Pria	21	35,0%
2	Wanita	39	65,0%
Jumlah		60	100,0%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.1 jumlah wanita lebih banyak dari pria, selain karena segmen Samsung lebih banyak ditujukan kepada wanita, Kesederhanaan desain Samsung juga yang mungkin menyebabkan kaum wanita lebih banyak memilih Samsung.

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku

Jumlah uang saku yang dimiliki setiap responden tentunya berbeda-beda. Hal tersebut tergantung pada tingkat penghasilan orang tua mahasiswa. Hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan uang saku disajikan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan

Kode	Uang Saku	Frekuensi	Persentase %
1	< Rp.400.000	12	20,0%
2	Rp.400.000 - Rp.800.000	38	63,3%
3	Rp.800.000 - Rp.1.200.000	10	16,7%
4	Rp.1.200.000 - Rp.1.600.000	0	0,0%
5	> Rp.1.600.000	0	0,0%
Total		60	100,0%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa mayoritas (38 orang) uang saku responden berada pada kisaran Rp.400.000 - Rp.800.000, hal ini mungkin disebabkan karena biaya dan gaya hidup responden di kota Bandung cukup dapat terpenuhi dengan jumlah uang saku pada kisaran tersebut. Hal lain yang dapat mempengaruhi adalah pendapatan ekonomi keluarga.

4.2.2 Pengalaman Responden

Pengalaman responden terhadap telepon selular Samsung meliputi lama menggunakan telepon selular Samsung, alasan utama menggunakan Samsung, dan sumber informasi yang diperoleh mengenai telepon selular Samsung.

4.2.2.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Telepon Selular Samsung

Berdasarkan data pengalaman responden mengenai lama menggunakan telepon selular Samsung diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Pengalaman Responden Berdasarkan
Lama Menggunakan Telepon Selular Samsung

No	Lama Menggunakan	Frekuensi	Persentase %
1	< 3 bulan	0	0,0%
2	3 - 6 bulan	0	0,0%
3	6 - 12 bulan	11	18,3%
4	1 - 2 tahun	17	28,3%
5	> 2 tahun	32	53,3%
Total		60	100,0%

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2007

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 4.3, diperoleh keterangan bahwa mayoritas responden yang menggunakan telepon selular Samsung lebih dari dua tahun adalah 32 responden atau 53,3% dari total responden yang diteliti. Lama penggunaan telepon selular Samsung yang berada pada kisaran satu sampai dua tahun yaitu sebanyak 17 responden atau 28,3% sedangkan sisanya sebanyak 11 responden atau 18,3% telah menggunakan telepon selular Samsung selama 6-12 bulan.

4.2.2.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Utama Menggunakan Telepon Selular Samsung.

Berdasarkan data pengalaman responden mengenai alasan utama menggunakan telepon selular Samsung diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Utama Menggunakan Telepon Selular Samsung

No	Alasan Menggunakan	Frekuensi	Persentase %
1	Kualitas Telepon	28	46,7%
2	Fitur Telepon	6	10,0%
3	Desain Menarik	15	25,0%
4	Harganya Terjangkau	10	16,7%
5	Lainnya	1	1,7%
Total		60	100,0%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan data seperti yang terlihat pada Tabel 4.4 diperoleh keterangan bahwa kualitas telepon menjadi alasan utama menggunakan yang paling banyak dipilih oleh responden, hal ini mungkin karena kualitas telepon Samsung sudah cukup diakui oleh masyarakat. Desain yang menarik dengan menampilkan kesederhanaan, fitur telepon yang beragam, serta dapat diperoleh dengan harga yang terjangkau membuat responden menjadikan hal tersebut sebagai alasan utama dalam menggunakan telepon selular Samsung. Sedangkan satu alasan lainnya menurut responden yaitu karena Samsung dalam penggunaannya mudah dipahami/digunakan, akses antar menu yang mudah yang mungkin menyebabkan hal tersebut.

4.2.2.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Perolehan Sumber Informasi Mengenai Telepon Selular Samsung.

Berdasarkan data pengalaman responden mengenai alasan utama menggunakan telepon selular Samsung diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Pengalaman Responden Berdasarkan Perolehan Sumber Informasi Mengenai Selular Samsung

No	Sumber Informasi	Frekuensi	Persentase %
1	Keluarga/Teman	14	23,3%
2	Media Cetak	26	43,3%
3	Media Elektronik	20	33,3%
4	Lainnya	0	0,0%
Total		60	100,0%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan data seperti yang terlihat pada Tabel 4.5 diperoleh keterangan bahwa 26 responden memperoleh informasi tentang Samsung dari media cetak, mungkin hal ini disebabkan karena Samsung lebih banyak mempromosikan produknya melalui media cetak, sedangkan promosi melalui media elektronik tidak sesering yang dilakukan oleh media cetak. Promosi melalui media cetak juga lebih murah dibandingkan dengan media elektronik. Promosi juga bisa dilakukan oleh siapa saja, termasuk keluarga atau teman sendiri.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas produk sebagai variabel independen yang terdiri dari sub-variabel kinerja produk (*performance*), fitur produk (*feature*), standarisasi produk (*conformance to specification*), ketahanan / daya tahan (*durability*), tingkat kerusakan produk (*reliability*), tingkat pelayanan purna jual (*serviceability*), daya tarik estetika (*aesthetics*), citra dan

reputasi produk (*perceived quality*), serta loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) sebagai variabel dependen. Adapun responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 responden. Berikut hasil pengolahan data mengenai tanggapan responden terhadap masing-masing variabel yang diteliti.

4.3.1 Gambaran Kualitas Produk

Dalam menghasilkan kualitas produk yang baik, perusahaan dapat mengetahui kualitas produk tersebut yang dapat dilihat dari delapan dimensi yaitu kinerja produk (*performance*), fitur produk (*feature*), standarisasi produk (*conformance to spesification*), ketahanan / daya tahan (*durability*), tingkat kerusakan produk (*reliablility*), tingkat pelayanan purna jual (*serviceability*), daya tarik estetika (*aesthetics*), citra dan reputasi produk (*perceived quality*). Adapun hasil dari tanggapan responden terhadap kualitas produk telepon selular Samsung adalah sebagai berikut:

4.3.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Produk (*performance*) Telepon Selular Samsung

Kinerja produk (*performance*) merupakan karakteristik operasi pokok pada produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur dan aspek-aspek kinerja individu. Seperti kecepatan dalam mengakses sinyal, serta kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan telepon selular Samsung.

Tanggapan responden mengenai tingkat kecepatan telepon selular Samsung dalam mengakses sinyal dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Kecepatan Telepon Selular Samsung dalam Mengakses Sinyal

No	Alternatif Jawaban	F	Prosentase
1	Sangat lambat	0	0%
2	Lambat	0	0%
3	Agak lambat	0	0%
4	Antara cepat dan lambat	5	8%
5	Agak cepat	22	37%
6	Cepat	19	32%
7	Sangat cepat	14	23%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan data seperti yang terlihat pada Tabel 4.6, diperoleh keterangan bahwa berdasarkan pengamatan peneliti, tingkat kecepatan telepon selular Samsung dalam mengakses sinyal dapat dipengaruhi oleh posisi tempat pengguna mengoperasikan telepon selularnya, dimana mungkin jangkauan sinyalnya kurang begitu baik. Cuaca yang buruk maupun topografi tinggi rendahnya daerah dapat mempengaruhi hal tersebut. Hal lain yang berpengaruh terhadap sinyal adalah operator telepon selular yang digunakan, termasuk kualitas pemancar *tower* yang digunakan untuk memancarkan sinyal dari operator telepon selular tersebut.

Tingkat kinerja produk juga dapat dilihat dari kemudahan dalam menggunakan atau mengoperasikan telepon selular Samsung. Tabel 4.7 menunjukkan tanggapan responden mengenai tingkat kemudahan penggunaan telepon selular Samsung.

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Kemudahan Penggunaan Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	F	Prosentase
1	Sangat tidak mudah	0	0%
2	Tidak mudah	0	0%
3	Agak tidak mudah	1	2%
4	Antara mudah dan tidak	13	22%
5	Agak mudah	17	28%
6	Mudah	18	30%
7	Sangat mudah	11	18%
	Jumlah	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan data seperti yang terlihat pada Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa responden mempunyai alternatif jawaban yang berbeda-beda dalam menilai tingkat kemudahan dalam menggunakan telepon selular Samsung. Tanggapan yang dikemukakan oleh responden mengenai tingkat kemudahan penggunaan menurut pengamatan peneliti dapat dipengaruhi oleh bentuk fisik (desain *keypad*, *casing*) serta aplikasi pada menu/sistem.

Kemudahan juga dapat diperlihatkan ketika responden dapat mengoperasikan telepon selular sesuai dengan buku panduan atau intruksi penggunaan dari telepon selular tersebut, dan apakah buku panduan tersebut sudah dapat di mengerti oleh pelanggan atau tidak. Kemudahan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri di mata pelanggannya.

Kenyamanan dalam menggunakan atau mengoperasikan telepon selular Samsung juga merupakan salah satu hal yang bisa dijadikan penilaian terhadap tingkat kinerja produk telepon selular Samsung. Tabel 4.8 menunjukkan tanggapan responden mengenai tingkat kenyamanan penggunaan telepon selular Samsung.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Kenyamanan Penggunaan Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat tidak nyaman	0	0%
2	Tidak nyaman	0	0%
3	Agak tidak nyaman	2	3%
4	Antara nyaman dan tidak	17	28%
5	Agak nyaman	14	23%
6	Nyaman	18	30%
7	Sangat nyaman	9	15%
	Total	50	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan data seperti yang terlihat pada Tabel 4.8, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai tingkat kenyamanan penggunaan telepon selular Samsung berbeda-beda.

Tingkat kenyamanan ketika menggunakan dapat dirasakan ketika pengguna mengoperasikan telepon selularnya, baik itu dari akses menu dalam telepon selular ke menu yang lainnya. Kenyamanan dari segi fisik juga mempunyai pengaruh, apakah telepon selular nyaman ketika digenggam, dimensi/ukuran (panjang, tinggi, dan berat) juga dapat mempengaruhi tingkat kenyamanan penggunaannya. Desain *keypad* termasuk *shortcut* yang terdapat pada *keypad* atau *casing* serta bahan *keypad* yang digunakan apakah itu dari karet, plastik, logam, maupun bahan lainnya dapat menjadi penilaian tersendiri bagi penggunaannya, apakah telepon selular Samsung yang digunakan nya nyaman atau tidak.

Penjelasan masing-masing indikator *performance* (kinerja produk), selanjutnya dilakukan perhitungan rekapitulasi tanggapan responden terhadap kinerja produk secara keseluruhan yang ditunjukkan pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai
Kinerja Produk (*Performance*) Telepon Selular Samsung

No	Indikator <i>Performance</i> (Kinerja Produk)	Skor
1	Kecepatan mengakses sinyal	342
2	Kemudahan penggunaan	325
3	Kenyamanan penggunaan	315
	Total skor	982
	Rata-rata skor	327.33

Sumber: Hasil pengolahan data 2007

Berdasarkan Tabel 4.9, skor indikator tertinggi terdapat pada kecepatan mengakses sinyal dengan perolehan angka sebesar 342, mungkin hal karena Samsung dapat mengakses sinyal dengan baik pada kondisi dan dengan operator selular apapun. Sedangkan pada tingkat kenyamanan memperoleh skor terkecil. Hal ini mungkin disebabkan karena desain Samsung pada umumnya bordir lensa cukup tebal, serta akses antar menu yang kurang begitu sederhana.

Hasil penghimpunan data secara keseluruhan mengenai tanggapan responden terhadap kinerja produk telepon selular Samsung dapat diketahui kedudukannya dari skor yang didapat berdasarkan data dari rekapitulasi hasil penelitian yang disajikan pada lampiran, di mana nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor terendah yang didapat melalui perhitungan skor ideal (kriterium) dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinu yang menunjukkan wilayah ideal dari variabel kinerja produk, hal tersebut dapat dicari dengan rumus menurut Sugiyono (2003:94) sebagai berikut:

Mencari skor maksimal *performance*

Skor ideal = skor tertinggi X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 7 \times 3 \times 60 = 1260$$

Mencari minimal *performance*

Skor ideal = skor terendah X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 1 \times 3 \times 60 = 180$$

Mencari jenjang *performance*

Jenjang = skor maksimal - skor minimal

$$\text{Jenjang} = 1260 - 180 = 1080$$

Mencari panjang interval kelas *performance*

Panjang interval kelas = jenjang / banyak kelas interval

$$\text{Panjang interval kelas} = 1080 : 7 = 154,29$$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut



Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data variabel kinerja produk adalah 982. Dengan demikian maka kinerja produk menurut persepsi 60 responden adalah $982/1260 \times 100 = 77,94\%$ dari kriteria yang ditetapkan.

4.3.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Fitur Produk (*feature*) Telepon**Selular Samsung**

Fitur produk yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk yang dapat menambah nilai produk. Seperti

keberagaman model dan bentuk telepon selular Samsung. Tanggapan mengenai keberagaman model telepon selular Samsung dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Keberagaman Model Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat tidak beragam	0	0%
2	Tidak beragam	0	0%
3	Agak tidak beragam	3	5%
4	Antara beragam dan tidak	9	15%
5	Agak beragam	20	33%
6	Beragam	25	42%
7	Sangat beragam	3	5%
	Total	60	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.10, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap tingkat keberagaman model telepon selular Samsung berbeda-beda. Keberagaman model ini didasari oleh seri-seri yang telah dikeluarkan oleh Samsung yang sangat bervariasi, mulai Samsung seri C sampai seri P. Pilihan pelanggan pun terhadap seri Samsung tidak sama, selain karena selera mungkin hal lain yang mempengaruhinya adalah promosi/iklan produk yang dilakukan. Berdasarkan pengamatan peneliti, produk yang diiklankan lebih sering pada produk unggulan menurut segmen yang dituju. Pengetahuan/jawaban pelanggan pun mengenai model lebih tertuju pada apa yang sering dipromosikan tersebut.

Fitur produk yang terdapat pada telepon selular Samsung juga dapat dilihat dari tingkat keberagaman menu. Produk yang dapat menarik perhatian pelanggan adalah produk yang memiliki keistimewaan. Keistimewaan tersebut dapat terlihat salah satunya dari tingkat keberagaman menu yang dimiliki oleh telepon selular itu sendiri. Tanggapan responden mengenai tingkat keberagaman menu telepon selular Samsung terlihat seperti pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Keberagaman Menu Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	F	Prosentase
1	Sangat tidak beragam	0	0%
2	Tidak beragam	0	0%
3	Agak tidak beragam	4	7%
4	Antara beragam dan tidak	13	22%
5	Agak beragam	26	43%
6	Beragam	16	27%
7	Sangat beragam	1	2%
	Total	50	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.11, dapat diketahui bahwa keberagaman menu menurut jawaban 26 responden adalah agak tidak beragam. Penilaian berbeda yang dilakukan responden mengenai keberagaman menu menurut pengamatan peneliti sebenarnya tergantung pada seri yang digunakan. Pengguna seri E dan seri U dengan harga antara 2 – 4 juta rupiah mungkin akan lebih merasakan variasi menu yang terdapat didalamnya dibanding pengguna Samsung seri C dengan harga rata-rata dibawah 800 ribu rupiah dimana tingkat variasi menu tidak seberagam seri F dan seri U.

Penjelasan masing-masing indikator fitur produk, selanjutnya dilakukan perhitungan rekapitulasi tanggapan responden terhadap fitur produk secara keseluruhan yang ditunjukkan Tabel 4.12.

Tabel 4.12
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai
Fitur Produk (Feature) Telepon Selular Samsung

No	Indikator Feature (Fitur Produk)	Skor
1	Keberagaman model	316
2	Keberagaman menu	297
	Total skor	613
	Rata-rata skor	204.33

Sumber: Hasil pengolahan data 2007

Dari hasil pengolahan data rekapitulasi tanggapan responden mengenai fitur produk pada Tabel 4.12, diperoleh skor total sebesar 613. Skor tertinggi terdapat pada keberagaman model dengan perolehan angka sebesar 316. Hal ini menunjukkan bahwa fitur produk yang dirasakan cukup baik oleh responden yaitu keberagaman model telepon selular Samsung.

Hasil penghimpunan data secara keseluruhan mengenai tanggapan responden terhadap fitur produk telepon selular Samsung dapat diketahui kedudukannya dari skor yang didapat berdasarkan data dari rekapitulasi skoring penelitian yang disajikan pada lampiran, di mana nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor terendah yang didapat melalui perhitungan skor ideal (kriteria) dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari variabel fitur produk, hal tersebut dapat dicari dengan rumus menurut Sugiyono (2009:94) sebagai berikut:

Mencari skor maksimal *feature*

Skor ideal = skor tertinggi X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 7 \times 2 \times 60 = 840$$

Mencari minimal *feature*

Skor ideal = skor terendah X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 1 \times 2 \times 60 = 120$$

Mencari jenjang *feature*

Jenjang = skor maksimal – skor minimal

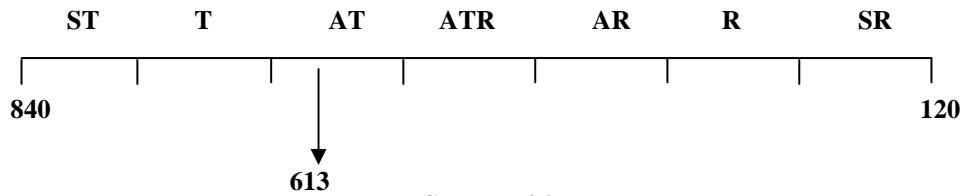
$$\text{Jenjang} = 840 - 120 = 720$$

Mencari panjang interval kelas *feature*

Panjang interval kelas = jenjang / banyak kelas interval

$$\text{Panjang interval kelas} = 720 : 7 = 102,86$$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Gambar 4.2
Garis Kontinum Variabel Fitur Produk

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data variabel fitur produk adalah 613. Dengan demikian maka kinerja produk menurut persepsi 60 responden adalah $613/840 \times 100 = 72,98\%$ dari kriteria yang ditetapkan.

4.3.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Standarisasi Produk (*conformance to spesification*) Telepon Selular Samsung

Standarisasi produk (*conformance to spesification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Seperti kesesuaian karakteristik desain telepon selular Samsung dengan standar produksi, hal ini bisa dilihat dari sisi keamanan bentuk fisik atau bentuk yang tidak berbahaya. Standarisasi produk juga dapat dilihat dari tingkat kesesuaian karakteristik operasi telepon selular Samsung, seperti kesesuaian aplikasi pada menu telepon selular Samsung dengan aplikasi lain (*compatible*). Tingkat kesesuaian karakteristik desain telepon selular Samsung dapat dilihat seperti pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Karakteristik Desain Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	F	Prosentase
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	0	0%
3	Agak tidak setuju	0	0%
4	Antara setuju dan tidak	4	7%
5	Agak setuju	25	42%
6	Setuju	29	48%
7	Sangat setuju	2	3%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.13, dapat diketahui bahwa seluruh responden memberikan tanggapan yang bervariasi terhadap tingkat karakteristik desain telepon selular Samsung. 48% responden memberikan tanggapan setuju, 42% memberikan tanggapan agak setuju, 7% memberikan tanggapan antara setuju dan tidak, sedangkan sisanya yang 3% memberikan tanggapan sangat setuju. tingkat karakteristik desain telepon selular Samsung sudah cukup baik, hal ini ditunjukkan dari tanggapan- tanggapan positif para responden.

Tingkat karakteristik operasi telepon selular Samsung juga dapat menunjukkan standarisasi produk. Hal tersebut ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.14

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Karakteristik Operasi Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	0	0%
3	Agak tidak setuju	1	2%
4	Antara setuju dan tidak	22	37%
5	Agak setuju	30	50%
6	Setuju	7	12%
7	Sangat setuju	0	0%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.14, dapat diketahui bahwa seluruh responden memberikan tanggapan yang positif terhadap tingkat karakteristik operasi telepon selular Samsung. Sebanyak 50% responden menyatakan agak setuju, 37% responden menyatakan antara setuju dan tidak, 12% responden menyatakan asetujui, 2% menyatakan agak setuju dan tidak. Dari pengamatan peneliti, responden masih beranggapan bahwa masih ada telepon selular lain yang mempunyai tingkat karakteristik operasi yang lebih baik. Dari penjelasan masing-masing indikator standarisasi produk, selanjutnya dilakukan perhitungan rekapitulasi tanggapan responden terhadap standarisasi produk secara keseluruhan yang ditunjukkan pada Tabel 4.15.

Tabel 4.15
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai
Standarisasi Produk (*Conformance to spesification*) Telepon Selular Samsung

No	Indikator <i>Conformance to Spesification</i> (Standarisasi Produk)	Skor
1	Kesesuaian karakteristik desain	329
2	Kesesuaian karakteristik operasi	283
	Total skor	612
	Rata-rata skor	204.00

Sumber: Hasil pengolahan data 2007

Dari hasil pengolahan data rekapitulasi tanggapan responden mengenai standarisasi produk (*conformance to spesification*) pada Tabel 4.15, diperoleh skor total sebesar 612. Skor tertinggi terdapat pada kesesuaian karakteristik desain dengan perolehan angka sebesar 329. Hal ini menunjukkan bahwa standarisasi produk yang dirasakan cukup baik oleh responden yaitu kesesuaian karakteristik desain telepon selular Samsung.

Hasil penghimpunan data secara keseluruhan mengenai tanggapan responden terhadap standarisasi produk telepon selular Samsung dapat diketahui kedudukannya dari skor yang didapat berdasarkan data dari rekapitulasi skoring penelitian yang disajikan pada lampiran, di mana nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor terendah yang didapat melalui perhitungan skor ideal (kriterium) dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari variabel standarisasi produk (*conformance to spesification*, hal tersebut dapat dicari dengan rumus menurut Sugiyono (2003:94) sebagai berikut:

Mencari skor maksimal *conformance to spesification*

Skor ideal = skor tertinggi X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 7 \times 2 \times 60 = 840$$

Mencari minimal *conformance to spesification*

Skor ideal = skor terendah X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 1 \times 2 \times 60 = 120$$

Mencari jenjang *conformance to spesification*

Jenjang = skor maksimal – skor minimal

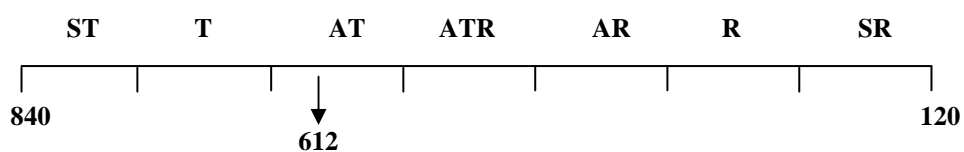
$$\text{Jenjang} = 840 - 120 = 720$$

Mencari panjang interval kelas *conformance to spesification*

Panjang interval kelas = jenjang / banyak kelas interval

$$\text{Panjang interval kelas} = 720 : 7 = 102,86$$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Gambar 4.3
Garis Kontinum Variabel Standarisasi Produk (*conformance to spesification*)

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data variabel standarisasi produk adalah 612. Dengan demikian maka kinerja produk menurut persepsi 60 responden adalah $612/840 \times 100 = 72,86\%$ dari kriteria yang ditetapkan.

4.3.1.4 Tanggapan Responden Mengenai Kekuatan Teknis dan Ekonomis

Produk (*durability*) Telepon Selular Samsung

Daya tahan (*Durability*) yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis. Seperti umur ponsel sampai dengan rusak, atau daya tahan baterai setelah digunakan sehari-hari. Tingkat umur ekonomis telepon selular Samsung ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.16.

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Umur Ekonomis Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat tidak awet	0	0%
2	Tidak awet	0	0%
3	Agak tidak awet	1	2%
4	Antara awet dan tidak	13	22%
5	Agak awet	23	38%
6	Awet	16	27%
7	Sangat awet	7	12%
	Total	60	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.16, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap tingkat umur ekonomis telepon selular Samsung. Umur ekonomis dapat terlihat setelah telepon selular digunakan sampai dengan rusak, seperti umur ekonomis baterai, *casing*, dan hal lainnya sampai dengan rusak. Seberapa lama umur ekonomis telepon selular tersebut. 38% responden menyatakan umur ekonomis telepon selular agak awet, 27% responden

menyatakan telepon selular Samsung mempunyai umur ekonomis yang awet, 22% responden menyatakan antara awet dan tidak, 12% menyatakan telepon selular Samsung mempunyai umur ekonomis yang sangat awet, sedangkan hanya 2% saja yang menyatakan umur ekonomis Samsung agak tidak awet.

Durability juga dapat dilihat dari tingkat daya tahan telepon selular, seperti daya tahan baterai setelah digunakan berhari-hari, atau daya tahan *casing* jika terkena benturan atau gesekan. Tanggapan mengenai daya tahan ditunjukkan seperti yang tertera pada Tabel 4.17.

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Daya Tahan Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat tidak awet	0	0%
2	Tidak awet	0	0%
3	Agak tidak awet	5	8%
4	Antara awet dan tidak	19	32%
5	Agak awet	16	27%
6	Awet	15	25%
7	Sangat awet	5	8%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.17, dapat diketahui bahwa tingkat daya tahan telepon selular Samsung memperoleh tanggapan yang positif dari sebagian besar responden. Daya tahan telepon selular dilihat ketika sedang dalam pemakaian, 32% responden menyatakan daya tahan telepon selular Samsung antara awet dan tidak, 27% responden menyatakan awet, 25% responden menyatakan awet, 8% menyatakan agak tidak awet, dan 8% sisanya menyatakan bahwa daya tahan telepon selular Samsung sangat awet. Menurut pengamatan peneliti tingkat daya tahan telepon selular Samsung tergantung dari tingkat pemakaian maupun cara pengguna menggunakannya, dari segi baterai, apakah si pengguna melakukan

penge-cash-an dengan benar sehingga daya tahan baterai berjalan dengan semestinya. Dari penjelasan masing-masing indikator *durability*, selanjutnya dilakukan perhitungan rekapitulasi tanggapan responden terhadap standarisasi produk secara keseluruhan yang ditunjukkan pada Tabel 4.18.

Tabel 4.18
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai
Kekuatan Teknis dan Ekonomis (*Durability*) Telepon Selular Samsung

No	Indikator <i>Durability</i> Kekuatan Teknis dan Ekonomis	Skor
1	Umur ekonomis	315
2	Daya Tahan	296
Total skor		611
Rata-rata skor		203.67

Sumber: Hasil pengolahan data 2007

Dari hasil pengolahan data rekapitulasi tanggapan responden mengenai kekuatan teknis dan ekonomis (*durability*) pada Tabel 4.18, diperoleh skor total sebesar 611. Skor tertinggi terdapat pada umur ekonomis dengan perolehan angka sebesar 315. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan teknis dan ekonomis (*durability*) yang dirasakan cukup baik oleh responden yaitu umur ekonomis telepon selular Samsung.

Hasil penghimpunan data secara keseluruhan mengenai tanggapan responden terhadap kekuatan teknis dan ekonomis produk telepon selular Samsung dapat diketahui kedudukannya dari skor yang didapat berdasarkan data dari rekapitulasi skoring penelitian yang disajikan pada lampiran, di mana nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor terendah yang didapat melalui perhitungan skor ideal (kriterium) dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari variabel kekuatan teknis dan ekonomis produk (*durability*), hal tersebut dapat dicari dengan rumus menurut Sugiyono (2003:94) sebagai berikut:

Mencari skor maksimal *durability*

Skor ideal = skor tertinggi X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 7 \times 2 \times 60 = 840$$

Mencari minimal *durability*

Skor ideal = skor terendah X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 1 \times 2 \times 60 = 120$$

Mencari jenjang *durability*

Jenjang = skor maksimal - skor minimal

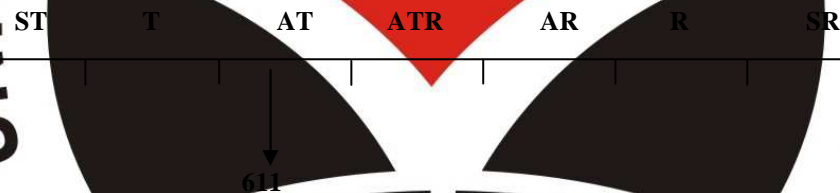
$$\text{Jenjang} = 840 - 120 = 720$$

Mencari panjang interval kelas *durability*

Panjang interval kelas = jenjang / banyak kelas interval

$$\text{Panjang interval kelas} = 720 : 7 = 102,86$$

Dal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Gambar 4.4
Garis Kontinum Variabel Kekuatan Teknis dan Ekonomis Produk

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data variabel kekuatan teknis dan ekonomis produk (*durability*) adalah 611. Dengan demikian maka kinerja produk menurut persepsi 60 responden adalah $611/840 \times 100 = 72,74\%$ dari kriteria yang ditetapkan.

4.3.1.5 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemungkinan Mengalami Kerusakan Produk (*reliability*) Telepon Selular Samsung

Reliability yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai. Seperti baterai yang tiba-tiba *nge-drop*, sinyal hilang maupun ponsel yang *nge-hang*. Tanggapan responden terhadap tingkat kemungkinan mengalami gangguan teknis dalam mengoperasikan menggunakan telepon selular Samsung terlihat seperti pada Tabel 4.19.

Tabel 4.19
Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemungkinan Mengalami Gangguan Teknis Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat besar	0	0%
2	Besar	0	0%
3	Agak besar	2	3%
4	Antara besar dan kecil	11	18%
5	Agak kecil	18	30%
6	Kecil	26	43%
7	Sangat kecil	3	5%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.19, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap tingkat kemungkinan mengalami gangguan teknis bervariasi. Sebanyak 43% yang menyatakan telepon selular Samsung mempunyai kemungkinan kecil dalam mengalami gangguan teknis. Gangguan teknis yang terjadi ditunjukkan seperti baterai yang tiba-tiba cepat habis (*drop*) hal ini bisa diakibatkan cara mengisi ulang baterai yang tidak sesuai buku pedoman, sinyal yang tiba-tiba hilang (bisa diakibatkan cuaca yang buruk, topografi daerah, kerusakan pada ponsel), ponsel *hang* (umumnya kegagalan dari perusahaan), maupun hal-hal teknis lainnya. Kemungkinan gangguan ini mungkin saja terjadi pada telepon

selular Samsung yang digunakan oleh responden dan responden menanggapi dengan berbagai pernyataan.

Reliability juga dapat dilihat dari tingkat kemungkinan mengalami gangguan/ kerusakan secara fisik. Tanggapan mengenai hal ini terlihat seperti yang ditunjukkan Tabel 4.20.

Tabel 4.20
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Kemungkinan Mengalami Gangguan/Kerusakan
Secara Fisik Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat besar	0	0%
2	Besar	0	0%
3	Agak besar	2	3%
4	Antara besar dan kecil	10	17%
5	Agak kecil	29	48%
6	Kecil	15	25%
7	Sangat kecil	4	7%
	Total	60	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.20, dapat diketahui bahwa tanggapan responden bervariasi terhadap tingkat kemungkinan mengalami gangguan/ kerusakan secara fisik telepon selular Samsung. Responden yang menyatakan bahwa telepon selular Samsung memiliki kemungkinan dalam mengalami kerusakan agak kecil adalah sebesar 48%. 25% responden menyatakan kecil, 17% menyatakan antara besar dan kecil, 7% menyatakan sangat kecil, dan 3% responden menyatakan bahwa kemungkinan mengalami kerusakan agak besar. Tidak ada yang menyatakan besar dan sangat besar. Gangguan yang terjadi bisa dalam berbagai macam permasalahan, misalnya *casing* yang mudah retak, ataupun warna yang terlalu cepat pudar/ terkelupas. Kendala tersebut dapat memberikan dampak negatif bagi produk Samsung. Dari penjelasan masing-masing indikator

reliability, selanjutnya dilakukan perhitungan rekapitulasi tanggapan responden terhadap standarisasi produk secara keseluruhan yang ditunjukkan pada Tabel 4.21.

Tabel 4.21
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Kerusakan Produk (*Reliability*) Telepon Selular Samsung

No	Indikator <i>Reliability</i> (Tingkat Kerusakan Produk)	Skor
1	Kemungkinan mengalami gangguan teknis	317
2	Kemungkinan mengalami kerusakan fisik	309
	Total skor	626
	Rata-rata skor	108,67

Sumber: Hasil pengolahan data 2007

Dari hasil pengolahan data rekapitulasi tanggapan responden mengenai *reliability* pada Tabel 4.21, diperoleh skor total sebesar 626. Skor tertinggi terdapat pada kemungkinan mengalami gangguan teknis dengan perolehan angka sebesar 317. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kerusakan produk (*reliability*) yang dirasakan cukup baik oleh responden yaitu kemungkinan mengalami gangguan teknis.

Hasil penghimpunan data secara keseluruhan mengenai tanggapan responden terhadap tingkat kerusakan produk telepon selular Samsung dapat diketahui kedudukannya dan skor yang didapat berdasarkan data dan rekapitulasi skoring penelitian yang disajikan pada lampiran, di mana nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor terendah yang didapat melalui perhitungan skor ideal (kriterium) dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari variabel tingkat kerusakan produk (*reliability*), hal tersebut dapat dicari dengan rumus menurut Sugiyono (2003:94) sebagai berikut:

Mencari skor maksimal *reliability*

Skor ideal = skor tertinggi X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 7 \times 2 \times 60 = 840$$

Mencari minimal *reliability*

Skor ideal = skor terendah X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 1 \times 2 \times 60 = 120$$

Mencari jenjang *reliability*

Jenjang = skor maksimal - skor minimal

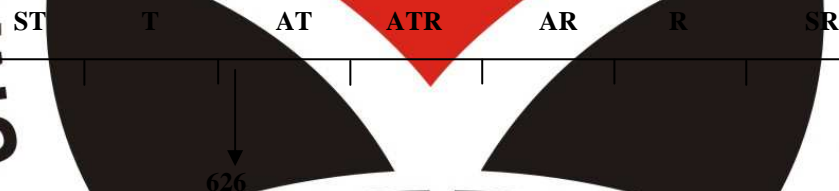
$$\text{Jenjang} = 840 - 120 = 720$$

Mencari panjang interval kelas *reliability*

Panjang interval kelas = jenjang / banyak kelas interval

$$\text{Panjang interval kelas} = 720 : 7 = 102,86$$

Dal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Gambar 4.5
Garis Kontinum Variabel Tingkat Kerusakan Produk

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data variabel tingkat kerusakan produk (*reliability*) adalah 626. Dengan demikian maka kinerja produk menurut persepsi 60 responden adalah $\frac{626}{840} \times 100 = 74,52\%$ dari kriteria yang ditetapkan.

4.3.1.6 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pelayanan Purna Jual (*Serviceability*) Telepon Selular Samsung

Serviceability yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Layanan yang diberikan tidak

terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup layanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan. Seperti kecepatan *service center* Samsung dalam menanggapi keluhan pelanggannya, kemudahan dalam memperoleh suku cadang, fasilitas yang diberikan oleh perusahaan seperti kejelasan dalam mengklaim garansi dan tersedianya layanan *service center* Samsung serta kemudahan yang diberikan oleh perusahaan seperti kemudahan dalam menjangkau/menghubungi layanan pelanggan Samsung dan kemudahan dalam mendownload/mengakses aplikasi atau hal lainnya dari website Samsung.

Tanggapan responden terhadap tingkat kecepatan *service center* Samsung dalam menanggapi keluhan pelanggan ditunjukkan seperti terlihat pada Tabel 4.22.

Tabel 4.22
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Kecepatan *Service Center* Samsung dalam Menanggapi Keluhan Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat tidak cepat	0	0%
2	Tidak cepat	0	0%
3	Agak tidak cepat	4	7%
4	Antara cepat dan tidak	30	50%
5	Agak cepat	21	35%
6	Cepat	5	8%
7	Sangat cepat	0	0%
	Total	60	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2017

Berdasarkan Tabel 4.22, dapat diketahui bahwa tanggapan responden sebagian besar atau 50% menyatakan tingkat kecepatan *service center* Samsung dalam menanggapi keluhan pelanggan antara cepat dan tidak, namun tidak ada

responden yang menyatakan sangat cepat terhadap tingkat kecepatan *service center* Samsung dalam menanggapi keluhan.

Tingkat kecepatan *service center* dalam menanggapi keluhan pelanggan dapat memberikan dampak positif terhadap produk telepon selular yang pelanggan gunakan. Pelanggan dapat merasakan nilai positif dari perusahaan ketika mereka harus berinteraksi langsung dengan perusahaan/ layanan pelanggan telepon selular Samsung. Hal ini akan menghasilkan rasa nyaman dan aman ketika mereka menghadapi permasalahan dalam terkait produk yang digunakan. Hal-hal tersebut dapat menjadi pertimbangan atas jawaban yang responden kemukakan.

Tanggapan responden terhadap tingkat kemudahan dalam memperoleh suku cadang telepon selular Samsung ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.23.

Tabel 4.23
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Kemudahan dalam Memperoleh Suku Cadang Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat tidak mudah	0	0%
2	Tidak mudah	0	0%
3	Agak tidak mudah	5	8%
4	Antara mudah dan tidak	27	45%
5	Agak mudah	18	30%
6	Mudah	10	17%
7	Sangat mudah	0	0%
	Total	60	100%

Sumber: Hasil Penelitian Data 2017

Berdasarkan Tabel 4.23, dapat diketahui bahwa 45% responden menyatakan bahwa pelanggan antara mudah dan tidak dalam memperoleh suku cadang telepon selular Samsung, 30% responden menyatakan agak mudah, 17% menyatakan mudah dalam memperoleh suku cadang, dan 8% responden menyatakan agak tidak mudah dalam memperoleh suku cadang telepon selular

Samsung. Ketersediaan suku cadang serta kemudahan dalam memperolehnya dapat memberikan nilai tambah di mata pelanggan apabila pelanggan akan mengganti atau membeli sesuatu terkait suku cadang telepon selular Samsungnya.

Fasilitas yang diberikan oleh perusahaan dapat berupa ketersediaan layanan *service center* Samsung, ataupun kejelasan ketentuan/ persyaratan dalam mengklaim garansi yang diberikan perusahaan. Tanggapan responden terhadap fasilitas yang diberikan perusahaan ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.24.

Tabel 4.24
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Fasilitas yang Diberikan Perusahaan Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat tidak baik	0	0%
2	Tidak baik	0	0%
3	Agak tidak baik	1	2%
4	Antara baik dan tidak	13	22%
5	Agak baik	25	42%
6	Baik	21	35%
7	Sangat baik	0	0%
Total		60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.24, dapat terlihat bahwa tingkat fasilitas yang diberikan perusahaan memperoleh tanggapan positif dari sebagian besar responden. Hal ini terlihat ada 42% responden yang menyatakan tingkat fasilitas yang diberikan perusahaan agak baik, 35% responden menyatakan bahwa tingkat fasilitas yang diberikan perusahaan baik, 22% responden menyatakan antara baik dan tidak, dan hanya 2% yang menyatakan bahwa tingkat fasilitas yang diberikan perusahaan agak tidak baik. Fasilitas yang diberikan perusahaan dapat memberikan kemudahan berinteraksi dengan perusahaan dengan tersedianya

layanan *service center* maupun memperoleh informasi terkait dengan telepon selular Samsung.

Tanggapan responden terhadap tingkat kemudahan dalam menjangkau/menghubungi *service center* Samsung ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.25.

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Kemudahan dalam Menjangkau/menghubungi *Service Center* Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentasi
1	Sangat tidak mudah	0	0%
2	Tidak mudah	0	0%
3	Agak tidak mudah	6	10%
4	Antara mudah dan tidak	31	52%
5	Agak mudah	21	35%
6	Mudah	2	3%
7	Sangat mudah	0	0%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan data yang terlihat pada Tabel 4.25, dapat diketahui bahwa 52% responden menyatakan bahwa responden merasa antara mudah dan tidak dalam menghubungi/ menjangkau *service center* Samsung, 35% responden menyatakan agak mudah, 10% menyatakan agak tidak mudah, dan hanya 3% responden yang menyatakan mudah dalam menghubungi *service center* Samsung. Tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak mudah, tidak mudah, dan sangat mudah. Kemudahan dalam menghubungi *service center* Samsung dapat memberikan nilai tambah karena pelanggan dapat dengan mudah menghubungi *service center* Samsung apabila pelanggan menghadapi permasalahan terkait produk telepon selular Samsung yang mereka gunakan. Akses dalam menghubungi *service center* Samsung dapat dilakukan diantaranya dengan cara

datang langsung ke lokasi *service center* Samsung, menghubungi *service center* Samsung melalui telepon, ataupun menghubunginya melalui *website/email*.

Dari penjelasan masing-masing indikator *serviceability*, selanjutnya dilakukan perhitungan rekapitulasi tanggapan responden terhadap pelayanan purna jual secara keseluruhan yang ditunjukkan Tabel 4.26.

Tabel 4.16
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Pelayanan Purna Jual (*Serviceability*)

No	Indikator <i>Serviceability</i> (Tingkat Pelayanan Purna Jual)	Skor
1	Kecepatan menanggapi keluhan	267
2	Kemudahan memperoleh suku cadang	273
3	Fasilitas yang diberikan perusahaan	306
4	Kemudahan yang diberikan perusahaan	259
	Total skor	1105
	Rata-rata skor	368,33

Sumber: Hasil pengolahan data 2007

Dari hasil pengolahan data rekapitulasi tanggapan responden mengenai pelayanan purna jual (*serviceability*) pada Tabel 4.26, diperoleh skor total sebesar 1105. Skor tertinggi terdapat pada fasilitas yang diberikan perusahaan dengan perolehan angka sebesar 306. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan purna jual (*serviceability*) yang dirasakan cukup baik oleh responden yaitu fasilitas yang diberikan perusahaan.

Hasil penghimpunan data secara keseluruhan mengenai tanggapan responden terhadap pelayanan purna jual (*serviceability*) Samsung dapat diketahui kedudukannya dari skor yang didapat berdasarkan data dari rekapitulasi skoring penelitian yang disajikan pada lampiran, di mana nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor terendah yang didapat melalui perhitungan skor ideal (kriterium) dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat

diketahui daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari variabel pelayanan purna jual (*serviceability*), hal tersebut dapat dicari dengan rumus menurut Sugiyono (2003:94) sebagai berikut:

Mencari skor maksimal *serviceability*

Skor ideal = skor tertinggi X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 7 \times 4 \times 60 = 1680$$

Mencari minimal *serviceability*

Skor ideal = skor terendah X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 1 \times 4 \times 60 = 240$$

Mencari jenjang *serviceability*

Jenjang = skor maksimal – skor minimal

$$\text{Jenjang} = 1680 - 240 = 1440$$

Mencari panjang interval kelas *serviceability*

Panjang interval kelas = jenjang / banyak kelas interval

$$\text{Panjang interval kelas} = 1440 : 7 = 205,71$$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Gambar 4.6
Garis Kontinum Variabel Pelayanan Purna Jual (*Serviceability*)

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data variabel pelayanan purna jual (*serviceability*) adalah 1105. Dengan demikian maka kinerja produk menurut persepsi 60 responden adalah $1105/1680 \times 100 = 65,77\%$ dari kriteria yang ditetapkan.

4.3.1.7 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Estetika (*Aesthetics*)

Telepon Selular Samsung

Aesthetics yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Seperti daya tarik dalam hal model/desain maupun kombinasi warna ponsel. Tanggapan responden mengenai tingkat daya tarik desain/ bentuk telepon selular Samsung ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.27.

Tabel 4.27
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Daya Tarik Desain/bentuk Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat tidak menarik	0	0%
2	Tidak menarik	0	0%
3	Agak tidak menarik	0	0%
4	Antara menarik dan tidak	12	20%
5	Agak menarik	29	48%
6	Menarik	14	23%
7	Sangat menarik	5	8%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.27, dapat diketahui bahwa seluruh responden memberikan tanggapan yang positif terhadap tingkat daya tarik desain/bentuk telepon selular Samsung. Hal ini ditunjukkan oleh 48% responden yang menyatakan bahwa desain/bentuk telepon selular Samsung agak menarik. Ketertarikan visual dari sisi desain/bentuk dapat dijadikan salah satu alasan dalam membeli. Desain yang unik dan menarik dapat memberikan daya tarik yang lebih besar terhadap pelanggan, hal ini juga dapat membedakan dengan produk yang lain. Desain *keypad* serta penempatan *shortcut* untuk mengakses lebih cepat pada menu *entertainment* (misalnya pada menu pemutar musik atau kamera/video).

Tanggapan responden terhadap tingkat daya tarik dari kombinasi warna telepon selular Samsung terlihat seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.28.

Tabel 4.28
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Daya Tarik Kombinasi Warna Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat tidak menarik	0	0%
2	Tidak menarik	0	0%
3	Agak tidak menarik	2	3%
4	Antara menarik dan tidak	3	22%
5	Agak menarik	37	52%
6	Menarik	12	20%
7	Sangat menarik	1	2%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.28, dapat diketahui bahwa terdapat 53% responden yang menyatakan bahwa kombinasi warna telepon selular Samsung agak menarik, 22% responden menyatakan antara menarik dan tidak, 20% responden menyatakan kombinasi warna telepon selular Samsung menarik, 2% responder menyatakan agak tidak menarik, dan 2% responden menyatakan bahwa kombinasi warna telepon selular Samsung sangat menarik. Ketertarikan visual dari suatu produk dapat ditunjukkan melalui kombinasi warna yang terdapat pada produk tersebut sama halnya dengan telepon selular. Kombinasi warna yang sesuai menjadi ketertarikan tersendiri bagi pelanggan terhadap telepon selular Samsung.

Dari penjelasan masing-masing indikator daya tarik estetika (*aesthetics*), selanjutnya dilakukan perhitungan rekapitulasi tanggapan responden terhadap daya tarik estetika secara keseluruhan yang ditunjukkan Tabel 4.29.

Tabel 4.29
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai
Daya Tarik Estetika (*Aesthetics*)

No	Indikator Aesthetics (Daya Tarik Estetika)	Skor
1	Daya tarik desain	312
2	Daya tarik kombinasi warna	297
	Total skor	609
	Rata-rata skor	203,00

Sumber: Hasil pengolahan data 2007

Dari hasil pengolahan data rekapitulasi tanggapan responden mengenai daya tarik estetika (*aesthetics*) pada Tabel 4.29, diperoleh skor total sebesar 609. Skor tertinggi terdapat pada daya tarik desain dengan persentase angka sebesar 312. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik estetika (*aesthetics*) yang dirasakan cukup baik oleh responden yaitu daya tarik desain/ bentuk dari telepon selular Samsung.

Hasil pengumpulan data secara keseluruhan mengenai tanggapan responden terhadap daya tarik estetika (*aesthetics*) Samsung dapat diketahui kedudukannya dari skor yang didapat berdasarkan data dari rekapitulasi skoring penelitian yang disajikan pada lampiran, di mana nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor terendah yang didapat melalui perhitungan skor ideal (kriterium) dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinu yang menunjukkan wilayah ideal dari variabel daya tarik estetika (*aesthetics*), hal tersebut dapat dicari dengan rumus menurut Sugiyono (2003:94) sebagai berikut:

Mencari skor maksimal *aesthetics*

Skor ideal = skor tertinggi X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 7 \times 2 \times 60 = 840$$

Mencari minimal *aesthetics*

Skor ideal = skor terendah X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 1 \times 2 \times 60 = 120$$

Mencari jenjang *aesthetics*

Jenjang = skor maksimal – skor minimal

$$\text{Jenjang} = 840 - 120 = 720$$

Mencari panjang interval kelas *aesthetics*

Panjang interval kelas = jenjang / banyak kelas interval

$$\text{Panjang interval kelas} = 720 : 7 = 102,86$$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Gambar 4.7

Garis Kontinum Variabel Daya Tarik Estetika (*Aesthetics*)

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data variabel daya tarik estetika (*aesthetics*) adalah 609. Dengan demikian maka kinerja produk menurut persepsi 60 responden adalah $609/840 \times 100 = 71,79\%$ dari kriteria yang ditetapkan.

4.3.1.8 Tanggapan Responden Mengenai Citra Dan Reputasi Produk

(*Perceived Quality*) Telepon Selular Samsung

Perceived Quality yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau fitur produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya. Seperti citra merek ponsel Samsung di mata pelanggan.

Tanggapan responden terhadap citra merek Samsung ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.30.

Tabel 4.30
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Citra Merek Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Presentase
1	Sangat tidak baik	0	0%
2	Tidak baik	0	0%
3	Agak tidak baik	0	0%
4	Antara baik dan tidak	1	18%
5	Agak baik	30	50%
6	Baik	17	28%
7	Sangat baik	2	3%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.30, dapat diketahui bahwa seluruh responden memberikan tanggapan positif terhadap tingkat citra merek telepon selular Samsung. Sebanyak 50% responden menyatakan bahwa tingkat citra merek telepon selular Samsung agak baik, hal ini mungkin disebabkan karena Samsung dapat menjaga sebaik mungkin strategi dan kualitas produknya agar namanya tidak tercemar oleh hal-hal negatif mengenai perusahaannya.

Tanggapan responden terhadap tingkat kepercayaan pelanggan terhadap merek Samsung ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.31.

Tabel 4.31
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Kepercayaan terhadap Merek Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Presentase
1	Sangat tidak percaya	0	0%
2	Tidak percaya	0	0%
3	Agak tidak percaya	0	0%
4	Antara percaya dan tidak	15	25%
5	Agak percaya	32	53%
6	Percaya	12	20%
7	Sangat percaya	1	2%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.31, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap tingkat kepercayaan terhadap merek telepon selular Samsung didominasi pada pernyataan agak percaya sebesar 53%. Responden yang menyatakan antara percaya dan tidak ada sebesar 25%, 20% responden menyatakan percaya terhadap merek telepon selular Samsung. Sisanya sebesar 2 menyatakan sangat percaya terhadap merek telepon selular Samsung.

Tanggapan responden terhadap tingkat tanggung jawab sosial perusahaan ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.32.

Tabel 4.32
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat tidak baik	0	0%
2	Tidak baik	0	0%
3	Agak tidak baik	0	0%
4	Antara baik dan tidak	23	38%
5	Agak baik	34	57%
6	Baik	3	5%
7	Sangat baik	0	0%
Total		60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.32, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap tingkat tanggung jawab sosial didominasi oleh pernyataan agak baik yaitu sebesar 57%, sedangkan 38% responden menyatakan tanggung jawab sosial perusahaan telepon selular Samsung antara baik dan tidak, dan 5% responden menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah baik. Tanggung jawab sosial merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar, atau bisa dalam bentuk kegiatan-kegiatan sosial.

Dari penjelasan masing-masing indikator citra dan reputasi produk (*perceived quality*), selanjutnya dilakukan perhitungan rekapitulasi tanggapan responden terhadap citra dan reputasi produk (*perceived quality*) secara keseluruhan yang ditunjukkan Tabel 4.33.

Tabel 4.33
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai
Citra dan Reputasi Produk (*Perceived Quality*)

No	Indikator <i>Perceived Quality</i> (Citra dan Reputasi Produk)	Skor	Skor rata-rata per responden
1	Citra merek	310	5,17
2	Kepercayaan terhadap merek	299	4,98
3	Tanggung jawab sosial perusahaan	280	4,67
	Total skor	889	14,82
	Rata-rata skor	296,33	

Sumber: Hasil pengolahan data 2007

Dari hasil pengolahan data rekapitulasi tanggapan responden mengenai *perceived quality* pada Tabel 4.33, diperoleh skor total sebesar 889. Skor tertinggi terdapat pada citra merek telepon selular Samsung dengan perolehan angka sebesar 310. Hal ini menunjukkan bahwa citra dan reputasi produk (*perceived quality*) yang dirasakan cukup baik oleh responden yaitu citra merek telepon selular Samsung.

Hasil pengumpulan data secara keseluruhan mengenai tanggapan responden terhadap citra dan reputasi produk (*perceived quality*) telepon selular Samsung dapat diketahui keudukannya dari skor yang didapat berdasarkan data dari rekapitulasi skoring penelitian yang disajikan pada lampiran, di mana nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor terendah yang didapat melalui perhitungan skor ideal (kriterium) dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinum yang

menunjukkan wilayah ideal dari variabel citra dan reputasi produk (*perceived quality*) telepon selular Samsung, hal tersebut dapat dicari dengan rumus menurut Sugiyono (2003:94) sebagai berikut:

Mencari skor maksimal *perceived quality*

Skor ideal = skor tertinggi X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 7 \times 3 \times 60 = 1260$$

Mencari minimal *perceived quality*

Skor ideal = skor terendah X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 1 \times 3 \times 60 = 180$$

Mencari jenjang *perceived quality*

Jenjang = skor maksimal – skor minimal

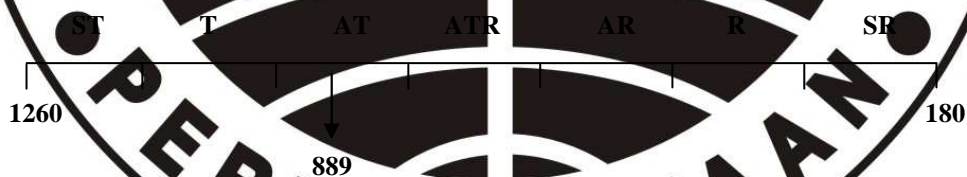
$$\text{Jenjang} = 1260 - 180 = 1080$$

Mencari panjang interval kelas *perceived quality*

Panjang interval kelas = jenjang / banyak kelas interval

$$\text{Panjang interval kelas} = 1080 : 7 = 154,29$$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Gambar 4.8
Garis Kontinum Variabel Citra dan Reputasi Produk (*Perceived Quality*)

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data variabel citra dan reputasi produk (*perceived quality*) telepon selular Samsung adalah 609. Dengan demikian maka kinerja produk menurut persepsi 60 responden adalah $889/1260 \times 100 = 70,56\%$ dari kriteria yang ditetapkan.

4.3.2 Loyalitas Pelanggan (*customer loyalty*)

Oliver dalam Hurriyati (2005 :128) mengungkapkan definisi loyalitas pelanggan sebagai berikut :

“Customer Loyalty is deefly held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service concicently in the future, despite situasional influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior”.

Dari definisi di atas terlihat bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Menurut Griffin (2005:4) menyatakan bahwa:

The concept of customer loyalty is geared more to behaviour than to attitude & loyal customer will exhibits purchase behaviour defined as non random purchase expressed overtime by some time by some decision making unit.

Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa konsep loyalitas lebih mengacu kepada wujud perilaku dibandingkan dengan sikap, dan seorang pelanggan yang loyal akan memperlihatkan pembelian yang teratur dalam jangka waktu yang lama dilakukan oleh unit-unit pembuat atau pengambil keputusan.

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana diungkapkan Griffin (2005:31), pelanggan yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur (*Makes regular repeat purchases*).
2. Membeli antarlini produk dan jasa (*Purchases across product and service lines*).

3. Mereferensikan kepada orang lain (*Refers other*).
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari para pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*).

Tanggapan responden terhadap frekuensi pembelian ulang telepon selular Samsung ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.34.

Tabel 4.34
Tanggapan Responden Mengenai
Frekuensi Pembelian Ulang Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	prosentase
1	Sangat jarang	0	0%
2	Jarang	0	0%
3	Agak jarang	11	18%
4	Antara jarang dan sering	31	52%
5	Agak sering	17	28%
6	Sering	1	2%
7	Sangat sering	0	0%
Total		60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.34, dapat diketahui bahwa jawaban responden didominasi oleh pernyataan antara jarang dan sering dalam melakukan pembelian berulang telepon selular Samsung, dominasi ini ditunjukkan oleh pernyataan responden sebesar 52%. Telepon selular umumnya digunakan untuk periode yang cukup lama oleh penggunanya, namun disini yang paling penting adalah seberapa lama pelanggan bertahan untuk terus menggunakan produk tersebut. Kalaupun ada keinginan untuk membeli telepon selular lagi yang baru (karena rusak/kebutuhan lainnya), apakah pelanggan akan membeli merek yang sama atau tidak.

Menurut pengamatan peneliti, pengaruh pembelian telepon selular diantaranya dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu, kebiasaan (sudah mengenal karakteristik serta fitur ponsel), model/fitur ponsel yang sedang digemari saat ini (tren), contoh: menu pemutar musik/radio (Nokia Express Music), dan lainnya.

Tanggapan responden terhadap frekuensi pembelian di luar lini produk yang ditawarkan ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.35.

Tabel 4.35
Tanggapan Responden Mengenai
Frekuensi Pembelian di Luar Lini Produk yang Ditawarkan

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat jarang	0	0%
2	Jarang	7	12%
3	Agak jarang	22	37%
4	Antara jarang dan sering	19	32%
5	Agak sering	9	15%
6	Sering	3	5%
7	Sangat sering	0	0%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.35, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan negatif terhadap frekuensi pembelian di luar lini produk yang ditawarkan. Hal ini terlihat dari seluruh responden hanya 5% yang menyatakan sering melakukan pembelian di luar lini produk yang ditawarkan. Hal ini mungkin disebabkan karena responden sudah cukup merasa kebutuhannya terkait telepon selular yang dimilikinya sudah terpenuhi ketika pembelian yang pertama (pembelian awal). Terutama untuk seri telepon selular tertentu, dimana pada umumnya ketika membeli pelanggan dilengkapi produk tambahan seperti *handsfree stereo*, *bluetooth*, *speaker portable*, sarung ponsel, dan produk lainnya sesuai syarat dan ketentuan belian.

Tanggapan responden terhadap frekuensi dalam merekomendasikan/mengajak pihak lain untuk menggunakan telepon selular Samsung ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.36.

Tabel 4.36
Tanggapan Responden Mengenai
Frekuensi Merekomendasikan/ Mengajak Pihak Lain
Untuk Menggunakan Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat jarang	0	0%
2	Jarang	2	2%
3	Agak jarang	6	10%
4	Antara jarang dan sering	20	33%
5	Agak sering	26	43%
6	Sering	7	12%
7	Sangat sering	0	0%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.36, dapat diketahui bahwa sebesar 43% responden menyatakan agak sering dalam merekomendasikan/ mengajak pihak lain untuk menggunakan telepon selular Samsung.

Jawaban responden mengenai frekuensi merekomendasikan telepon selular Samsung menurut pengamatan peneliti dipengaruhi oleh situasi yang kondisional. Maksudnya disini adalah, ketika pengguna sudah merasakan betul manfaat serta kelebihan dari ponsel Samsung, serta dari dalam dirinya timbul perasaan bangga ketika menggunakannya. Maka sangat wajar jika suatu saat (baik itu ketika berkumpul/berbincang-bincang dengan keluarga, saudara, maupun teman) secara spontan pengguna akan menceritakan tentang ponsel Samsung yang digunakannya, dan mungkin bahkan merekomendasikan terhadap lawan bicaranya tersebut. Namun tentu hal ini tergantung situasi dan keadaan (bisa karena topik pembicaraan) yang terjadi pada saat itu.

Tanggapan responden terhadap frekuensi penolakan terhadap telepon selular lain ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.37.

Tabel 4.37
Tanggapan Responden Mengenai
Frekuensi Penolakan terhadap Produk Lain

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat jarang	0	0%
2	Jarang	0	0%
3	Agak jarang	6	10%
4	Antara jarang dan sering	23	38%
5	Agak sering	24	40%
6	Sering	7	12%
7	Sangat sering	0	0%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.37, responden yang menyatakan sering melakukan penolakan terhadap ponsel lain hanya sebesar 12% saja. Sedikitnya responden yang menjawab pernyataan tersebut mungkin dikarenakan oleh tingkat daya tarik dari telepon selular lain yang begitu kuat. Mulai dari frekuensi melihat tayangan iklan produk lain yang lebih sering muncul di media cetak/ elektronik daripada produk Samsung, maupun komunitas responden tersebut berada yang mungkin jumlah pengguna Samsung jauh lebih kecil daripada pengguna ponsel lainnya.

Tanggapan responden terhadap tingkat kepuasan setelah menggunakan telepon selular Samsung ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.38.

Tabel 4.38
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Kepuasan Setelah Menggunakan Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat tidak puas	0	0%
2	Tidak puas	1	2%
3	Agak tidak puas	7	12%
4	Antara puas dan tidak	27	45%
5	Agak puas	21	35%
6	Puas	4	7%
7	Sangat puas	0	0%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.38, 45% responden menyatakan antara puas dan tidak (tanggapan paling banyak) terhadap kinerja telepon selular Samsung, hal ini menandakan bahwa harapan responden terhadap telepon selular Samsung masih jauh lebih tinggi daripada yang responden sekarang rasakan akan kinerja produk telepon selular Samsung.

Tanggapan responden terhadap tingkat kesetiaan dalam menggunakan telepon selular Samsung ditunjukkan seperti yang terlihat pada Tabel 4.39.

Tabel 4.39
Tanggapan Responden Mengenai
Tingkat Kesetiaan dalam Menggunakan Telepon Selular Samsung

No	Alternatif Jawaban	f	Prosentase
1	Sangat tidak setia	0	0%
2	Tidak setia	1	2%
3	Agak tidak setia	8	13%
4	Antara setia dan tidak	27	45%
5	Agak setia	21	35%
6	Setia	3	5%
7	Sangat Setia	0	0%
	Total	60	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 4.39, dapat diketahui bahwa tanggapan yang paling banyak yaitu sebesar 45% responden dengan pernyataan bahwa mereka antara setia dan tidak dalam menggunakan telepon selular Samsung. Keraguan jawaban responden tersebut mungkin disebabkan oleh penawaran dari produk telepon selular dari pesaing yang menurutnya lebih menarik. Bisa diakibatkan karena kualitas yang jauh lebih baik, harga yang murah dengan fitur yang lebih beragam, maupun hal lainnya.

Penjelasan masing-masing indikator loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), selanjutnya dilakukan perhitungan rekapitulasi tanggapan responden terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) secara keseluruhan yang ditunjukkan Tabel 4.40.

Tabel 4.40
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai
Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*)

No	Indikator Customer Loyalty (Kesetiaan Pelanggan)	Skor
1	Pembelian berulang	248
2	Pembelian antar lini produk	279
3	Merekomendasikan produk kepada pihak lain	272
4	Penolakan terhadap produk lain	272
5	Kepuasan setelah penggunaan	260
6	Kesetiaan dalam menggunakan	257
	Total skor	1528
	Rata-rata skor	509,33

Sumber: Hasil pengolahan data 2007

Dari hasil pengolahan data rekapitulasi tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) pada Tabel 4.40, diperoleh skor total sebesar 889. Skor tertinggi terdapat pada merekomendasikan produk telepon selular Samsung kepada pihak lain dan penolakan terhadap produk lain dengan perolehan angka masing-masing sebesar 272.

Hasil pengumpulan data secara keseluruhan mengenai tanggapan responden terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) Samsung dapat diketahui kedudukannya dari skor yang didapat berdasarkan data dari rekapitulasi skoring penelitian yang disajikan pada lampiran, di mana nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor terendah yang didapat melalui perhitungan skor ideal (kriterium) dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari variabel

loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), hal tersebut dapat dicari dengan rumus menurut Sugiyono (2003:94) sebagai berikut:

Mencari skor maksimal *customer loyalty*

Skor ideal = skor tertinggi X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 7 \times 6 \times 60 = 2520$$

Mencari minimal *customer loyalty*

Skor ideal = skor terendah X jumlah butir item X jumlah responden

$$\text{Skor ideal} = 1 \times 6 \times 60 = 360$$

Mencari jenjang *customer loyalty*

Jenjang = skor maksimal – skor minimal

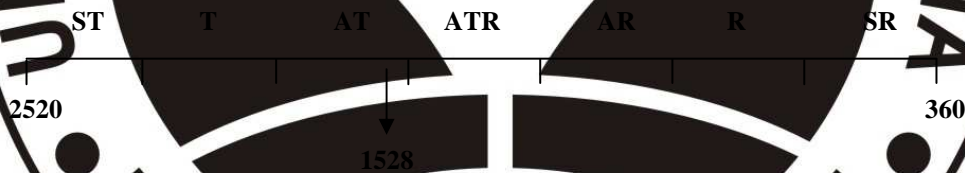
$$\text{Jenjang} = 2520 - 360 = 2160$$

Mencari panjang interval kelas *customer loyalty*

Panjang interval kelas = jenjang / banyak kelas interval

$$\text{Panjang interval kelas} = 2520 : 7 = 360$$

Hal ini secara kontinu dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Gambar 4.3
Garis Kontinum Variabel Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*)

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data variabel loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) adalah 1528. Dengan demikian maka kinerja produk menurut persepsi 60 responden adalah $1528/2520 \times 100 = 60,63\%$ dari kriteria yang ditetapkan.

Selain menggunakan model analisis di atas untuk mendeskripsikan loyalitas pelanggan dapat diketahui dengan menggunakan model piramida dari Hill (1996:61) dengan menggunakan rumus berikut:

Rentang = skor terbesar – skor terendah
 = 33 – 16
 = 17

Panjang interval (p) = rentang : tingkat loyalitas
 = 17 : 6
 = 2,83 = 3

Hasil perhitungan disajikan pada tabel 4.41.

Tabel 4.41
 Tingkatan Loyalitas Pelanggan Telepon Selular Samsung

Tingkat	Interval	Frekuensi	Persentase (%)
<i>Partner</i>	31 - 33	10	16,7
<i>Advocate</i>	28 - 30	12	20
<i>Client</i>	25 - 27	10	16,7
<i>Customer</i>	22 - 24	18	30
<i>Prospect</i>	19 - 21	7	11,6
<i>Suspect</i>	16 - 18	3	5

Sumber: Hasil pengolahan data 2007

Tabel 4.41 bila digambarkan dalam bentuk piramida loyalitas dari Hill adalah seperti pada Gambar 4.10.



Sumber: Hasil Pengolahan Data 2007

Gambar 4.10
Piramida Loyalitas Pelanggan Telepon Selular Samsung

Berdasarkan Gambar 4.10 dapat diketahui bahwa responden berada pada berbagai tingkatan loyalitas, yaitu:

1. *Suspect*

Meliputi semua orang yang diyakini akan membeli (membutuhkan) barang/jasa, tetapi belum memiliki informasi tentang barang/jasa perusahaan. 5% responden berada pada tingkatan *suspect*, yang berarti bahwa diyakini akan membeli atau membutuhkan telepon selular Samsung, namun belum benar-benar mengetahui tentang produk telepon selular Samsung.

2. *Prospect*

Adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu dan mempunyai untuk membelinya. Pada tahap ini, meskipun mereka belum melakukan pembelian tetapi telah mengetahui keberadaan perusahaan dan jasa yang ditawarkan melalui rekomendasi pihak lain (*word of mouth*). 11,6% responden berada pada tingkatan *prospect*, hal ini menunjukkan bahwa responden tersebut merupakan orang yang membutuhkan telepon selular Samsung, meski belum terjadi pembelian tapi telah mengetahui keberadaan Samsung.

3. *Customer*

Pada tahap ini, pelanggan sudah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan, tetapi tidak mempunyai perasaan positif terhadap perusahaan, loyalitas pada tahap ini belum terlihat. 30% responden berada pada tingkatan *customer*, hal ini menunjukkan bahwa responden tersebut telah membeli telepon selular Samsung, namun tidak mempunyai perasaan positif terhadap perusahaannya.

4. *Clients*

Meliputi semua pelanggan yang telah membeli barang/jasa yang dibutuhkan dan ditawarkan perusahaan secara teratur, hubungan ini berlangsung lama, dan mereka telah memiliki sifat *retention*. 16,7% responden berada pada tingkatan *clients*, hal ini menunjukkan bahwa responden tersebut telah membeli telepon selular Samsung dan memiliki perasaan positif terhadapnya.

5. *Advocates*

Pada tahap ini, *Clients* secara aktif mendukung perusahaan dengan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau membeli barang/jasa di perusahaan tersebut. 20% responden berada pada tingkatan *advocates*, hal ini menunjukkan bahwa responden tersebut secara aktif mendukung Samsung dalam memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau membeli telepon selular Samsung.

6. *Partners*

Pada tahap ini telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan, pada tahap ini pula pelanggan berani menolak produk/jasa dari perusahaan lain. 16,7% responden berada pada tingkatan *partners*, hal ini menunjukkan bahwa telah terjadi hubungan yang kuat antara responden tersebut dengan Samsung, dan pada tahap ini responden tersebut berani melakukan penolakan terhadap telepon selular selain Samsung.



4.4 Hasil Pengujian

Pada penelitian ini, hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif antara *performance* telepon selular Samsung, terhadap loyalitas pelanggannya.
2. Terdapat pengaruh yang positif antara *features* telepon selular Samsung, terhadap loyalitas pelanggannya.
3. Terdapat pengaruh yang positif antara *conformance* telepon selular Samsung, terhadap loyalitas pelanggannya.
4. Terdapat pengaruh yang positif antara *reliability* telepon selular Samsung, terhadap loyalitas pelanggannya.
5. Terdapat pengaruh yang positif antara *durability* telepon selular Samsung, terhadap loyalitas pelanggannya.
6. Terdapat pengaruh yang positif antara *serviceability* telepon selular Samsung, terhadap loyalitas pelanggannya.
7. Terdapat pengaruh yang positif antara *aesthetic* telepon selular Samsung, terhadap loyalitas pelanggannya.
8. Terdapat pengaruh yang positif antara *perceived quality* telepon selular Samsung, terhadap loyalitas pelanggannya.

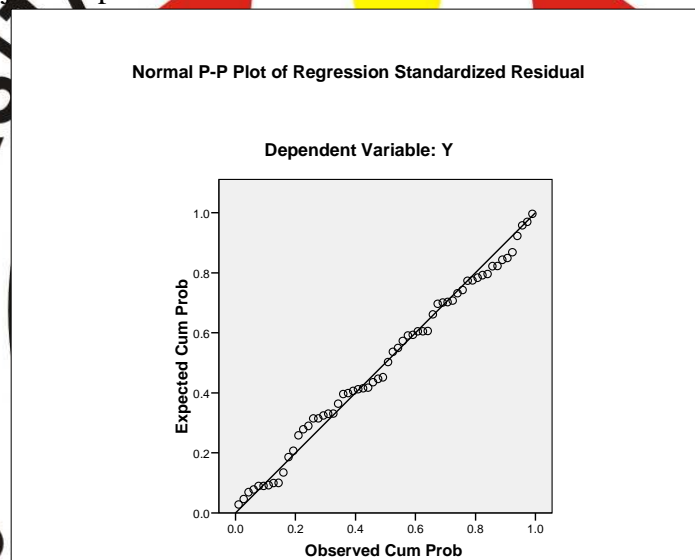


4.4.2 Pengujian Asumsi Regresi

Untuk memperoleh model regresi yang terbaik, dalam arti secara statistik adalah BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), maka model regresi yang diajukan harus memenuhi persyaratan uji asumsi normalitas, heteroskedasitas, linearitas, nonautokorelasi, dan multikolinearitas.

1) Uji Asumsi Normalitas

Untuk mendeteksi normalitas, digunakan *normal probability plot* seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4.11.



Sumber: Lampiran

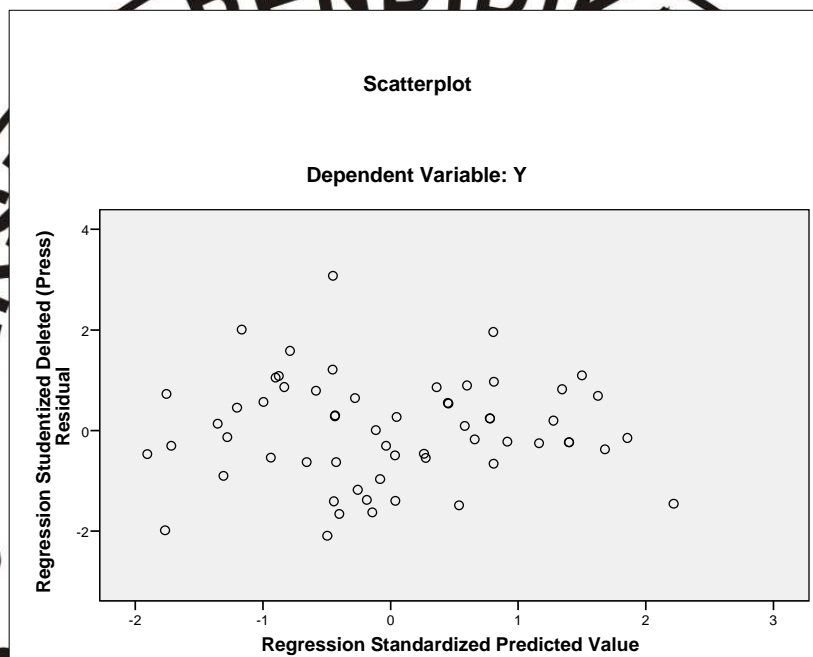
Gambar 4.11

Normal Probability Plot Untuk Uji Asumsi Normalitas

Suatu model regresi layak dipakai apabila nilai residunya mengikuti distribusi normal, yakni apabila sebaran datanya terletak di sekitar garis diagonal dari kiri bawah ke kanan atas. Gambar 4.11 menunjukkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal. Dengan demikian, data memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastis adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastis apabila penyebaran nilai-nilai residual terhadap harga-harga prediksi berpencar di sekitar angka nol (pada sumbu Y) dan tidak membentuk suatu pola tertentu (meningkat atau menurun).



Sumber: Lampiran

Gambar 4.12
Scatterplot Untuk Uji Asumsi Heteroskedastis Dan Linearitas

Gambar 4.12 menunjukkan bahwa sebaran data terdapat disekitar titik nol dan tidak tampak adanya suatu pola tertentu pada sebaran data tersebut (tidak meningkat atau menurun). Dengan demikian data yang akan dianalisis memenuhi asumsi heteroskedastis.

3) Uji Asumsi Linearitas

Linearitas hubungan antar variabel dapat dilihat melalui diagram pencar (*scatterplot*) antara variabel-variabel tersebut. Apabila harga-harga prediksi dan harga-harga residual tidak membentuk suatu pola tertentu (parabola, kubik, dan sebagainya) maka asumsi linearitas terpenuhi. Jika asumsi linier terpenuhi, maka residual-residual akan didistribusikan secara random dan terkumpul di sekitar garis lurus yang melalui titik nol.

Scatter plot yang diperlihatkan pada Gambar 4.12 menunjukkan bahwa harga-harga prediksi dan harga-harga residual tidak membentuk suatu pola tertentu (parabola, kubik, dan sebagainya) dan terdapat disekitar titik nol. Dengan demikian data yang akan dianalisis memenuhi asumsi linearitas.

4) Uji Asumsi Nonautokorelasi

Regresi yang terdeteksi autokorelasi dapat berakibat pada biasnya interval kepercayaan dan ketidaktepatan penerapan uji F dan uji t. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dilakukan pengujian *Durbin-Watson*. “Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi autokorelasi apabila nilai *Durbin-Watson* berada diantara 1,65 dan 2,35” (Suraiman, 2004:89). Tabel 4.44 menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,686 artinya tidak terjadi autokorelasi pada regresi. Dengan demikian asumsi nonautokorelasi terpenuhi.

Tabel 4.44
Tolak Ukur Nonautokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.962(a)	.926	.914	1.266	1.686

Sumber : Lampiran

5) Uji Asumsi Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah situasi adanya korelasi antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lainnya dalam analisis regresi. Apabila dalam regresi terdeteksi multikolinieritas, maka koefisien-koefisien atau parameter regresinya tidak dapat ditaksir atau diestimasi dan nilai standar error setiap koefisien regresi tidak terhingga. Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 atau nilai *tolerance* menjauhi 1. Nilai *tolerance* juga harus melebihi batas ambang *tolerance*, yakni lebih dari 0,0001.

Tabel 4.45 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dan VIF pada output SPSS 17 Tabel *Coefficients* mendekati angka 1 dan tidak melebihi angka 5. Nilai *tolerance* juga melebihi 0,0001. Dengan demikian berarti tidak terdapat multikolinieritas, artinya asumsi multikolinieritas terpenuhi.

Tabel 4.45
Tolak Ukur Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
X1	0.305	3.279
X2	0.385	2.601
X3	0.278	3.602
X4	0.325	3.076
X5	0.463	2.158
X6	0.571	1.751
X7	0.379	2.640
X8	0.389	2.572

Sumber : Lampiran

4.4.3 Koefisien Korelasi Ganda dan Koefisien Determinasi

Guna mengetahui kekuatan dan seberapa besar pengaruh kualitas produk yang terdiri dari *performance* (X_1), *feature* (X_2), *conformance to*

spesification (X_3), *durability* (X_4), *reliability* (X_5), *serviceability* (X_6), *aesthetics* (X_7), *perceived quality* (X_8), dan *customer loyalty* (Y) dapat dilihat melalui nilai koefisien korelasi dan koefisien determinasi.

Tabel 4.46
Output Pengaruh *Performance, Feature, Conformance To Spesification, Reliability, Durability, Aesthetics , Perceived Quality , dan Serviceability Terhadap Loyalitas Pelanggan*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.962(a)	.926	.914	1.266

Sumber: Lampiran

Dari tabel 4.46, diperoleh koefisien korelasi antara *performance, feature, conformance to spesification, reliability, durability, serviceability, aesthetics, dan perceived quality* dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,962. Nilai tersebut menunjukkan tingkat korelasi sangat kuat. Sementara itu besarnya *performance, feature, conformance to spesification, reliability, durability, serviceability, aesthetics, dan perceived quality* secara simultan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 92,6%, sedangkan sebesar 7,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain (ϵ).

4.4.4 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Simultan (Uji F)

Untuk melakukan pengujian signifikansi pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk yang terdiri dari *performance* (X_1), *feature* (X_2), *conformance to spesification* (X_3), *durability* (X_4), *reliability* (X_5), *serviceability* (X_6), *aesthetics* (X_7), dan *perceived quality* (X_8) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y), digunakan uji F yang nilai F_{hitung} nya dapat dilihat pada output ANOVA pada Tabel 4.47.

Tabel 4.47
Output Anova

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	P
1	Regression	1017.152	8	127.144	79.288	.000(a)
	Residual	81.782	51	1.604		
	Total	1098.933	59			

Sumber : Lampiran

Berdasarkan output ANOVA pada Tabel 4.47, diperoleh hasil pengujian hipotesis secara simultan seperti yang tampak pada Tabel 4.48.

Tabel 4.48
Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan

Pengujian	F_{hitung}	$F_{tabel(*)}$	P	α	Keputusan Pengujian	Artinya
F_{hitung}	79,288	2,13	0,000	0,05	H_0 ditolak dan H_1 diterima	Regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan, atau <i>performance, feature conformance to spesification, reliability, durability, serviceability, aesthetics, dan perceived quality</i> secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

* $F_{tabel} = 0,7$; $v_1 = 8$ dan $v_2 = 60 - 8 - 1 = 51$, $F_{tabel} = 2,13$.

4.4.5 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Individual (Uji t) dan Koefisien Jalur ($Beta$)

Pengujian signifikansi pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara individualitas dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Output koefisien regresi diperlihatkan pada Tabel 4.49.

Tabel 4.49
Output Koefisien Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.455	1.592		-5.311	.000
	X1	.290	.103	.194	2.807	.007
	X2	.335	.151	.136	2.214	.031
	X3	.630	.254	.180	2.482	.016
	X4	.303	.146	.139	2.081	.042
	X5	.310	.146	.119	2.126	.038
	X6	.216	.084	.130	2.573	.013
	X7	.412	.174	.147	2.368	.022
	X8	.327	.142	.141	2.303	.025

*) Koefisien regresi biasa

**) Koefisien regresi yang distandarkan, yakni koefisien regresi yang dihitung dari basis data yang telah diset dalam angka baku atau *z-score* atau data yang diset dengan nilai rata-rata sama dengan nol dan standar deviasi sama dengan satu, yang digunakan untuk menjelaskan besarnya pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y. (Kusnendi, 2005:9)

Sumber : Lampiran

Berdasarkan output koefisien regresi pada Tabel 4.49, diperoleh hasil pengujian hipotesis secara individualitas yang diperlihatkan pada Tabel 4.50

Tabel 4.50
Hasil Pengujian Hipotesis Secara Individual

Pengujian	Hitung	$t_{tabel}^{*)}$	P	α	Keputusan Pengujian	Artinya
$X_1 \rightarrow Y$	2,087	1.675	0,007	0,05	H _{1,1} diterima	<i>Performance</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan
$X_2 \rightarrow Y$	2,214	1.675	0,031	0,05	H _{1,2} diterima	<i>Feature</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan
$X_3 \rightarrow Y$	2,482	1.675	0,016	0,05	H _{1,3} diterima	<i>Conformance to specification</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan
$X_4 \rightarrow Y$	2,081	1.675	0,042	0,05	H _{1,4} diterima	<i>Durability</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan
$X_5 \rightarrow Y$	2,126	1.675	0,038	0,05	H _{1,5} diterima	<i>Reliability</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan
$X_6 \rightarrow Y$	2,573	1.675	0,013	0,05	H _{1,6} diterima	<i>Serviceability</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan
$X_7 \rightarrow Y$	2,368	1.675	0,022	0,05	H _{1,7} diterima	<i>Aesthetics</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan
$X_8 \rightarrow Y$	2,303	1.675	0,025	0,05	H _{1,8} diterima	<i>Perceived quality</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan

*) $t_{tabel} = df: 60-8-1 = 51$, $t_{tabel} = 1.675$

4.4.6 Model Persamaan Regresi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Persamaan regresi linier ganda dengan tiga prediktor memiliki persamaan berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8$$

Berdasarkan hasil pengujian data pada Tabel 4.36, maka persamaan regresi linier ganda untuk kualitas produk adalah sebagai berikut:

$$Y = -8,455 + 0,290X_1 + 0,335X_2 + 0,630X_3 + 0,303X_4 + 0,310X_5 + 0,216X_6 + 0,412X_7 + 0,327X_8$$

Pada persamaan tersebut nilai B konstan adalah -8,455, hal tersebut dapat diartikan bahwa jika variabel kualitas produk diabaikan maka nilai loyalitas pelanggan akan turun sebesar nilai B konstan tadi (8,455). Koefisien regresi pada variabel *performance* adalah 0,290. Artinya apabila *performance* dinaikkan sebesar satu satuan, maka nilai loyalitas pelanggan meningkat sebesar 0,290. Begitu pula jika *feature*, *conformance to spesification*, *reliability*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics*, dan *perceived quality* dinaikkan sebesar satu satuan maka nilai loyalitas pelanggan akan meningkat masing-masing sebesar 0,335, 0,630, 0,303, 0,310, 0,216, 0,412, dan 0,327.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk yang terdiri dari *performance*, *feature*, *conformance to spesification*, *reliability*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics*, dan *perceived quality* terhadap loyalitas pelanggan produk telepon selular Samsung dijelaskan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden mengenai kualitas produk telepon selular Samsung dimana kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya. Kualitas produk sendiri terdiri dari beberapa dimensi yaitu *performance*, *feature*, *conformance to spesification*, *reliability*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics*, dan *perceived quality* (Tjiptono,2005:130).

Tanggapan responden terhadap kualitas produk dipaparkan sebagai berikut:

- a. Tanggapan responden mengenai *performance* (kinerja produk) telepon selular Samsung dimana *performance* merupakan karakteristik pada operasi pokok pada produk inti yang meliputi aspek kinerja individu (Tjiptono,2005:130), menunjukkan bahwa kinerja produk telepon selular Samsung sudah cukup baik, terutama jika kinerja produk dilihat secara individu dari sisi kecepatan dalam mengakses sinyal.

- b. Tanggapan responden mengenai *feature* (fitur produk) telepon selular Samsung dimana *feature* merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap yang dapat menambah nilai dari suatu produk (Tjiptono,2005:170), menunjukkan bahwa fitur produk telepon selular Samsung yang dilihat dari keberagaman model produk dan keberagaman menu telepon dapat menambah nilai dari produk Samsung. Dari tanggapan responden diperoleh keterangan bahwa apresiasi pada tingkat keberagaman model produk telepon selular Samsung sudah cukup baik.

- c. Tanggapan responden mengenai *conformance to spesification* (standarisasi produk) telepon selular Samsung dimana *conformance to spesification* merupakan sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi

standar yang telah ditetapkan sebelumnya (Tjiptono,2005:130), menunjukkan bahwa responden yang diteliti pada umumnya merasakan tingkat kesesuaian karakteristik desain telepon selular Samsung sudah cukup optimal.

- d. Tanggapan responden mengenai *durability* (kekuatan teknis dan ekonomis) telepon selular Samsung dimana *durability* berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan, dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis (Tjiptono,2005:130), menunjukkan bahwa umur ekonomis dan daya tahan produk telepon selular Samsung mempunyai tingkat keawetan yang cukup baik.
- e. Tanggapan responden mengenai *reliability* (tingkat kerusakan produk) telepon selular Samsung dimana *reliability* merupakan kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai (Tjiptono,2005:130) menunjukkan bahwa produk telepon selular Samsung memiliki kemungkinan mengalami gangguan teknis yang cukup besar, meski secara fisik kemungkinan dalam mengalami kerusakan tidak terlalu besar.
- f. Tanggapan responden mengenai *serviceability* (pelayanan purna jual) menunjukkan responden merasakan bahwa fasilitas yang diberikan perusahaan sudah cukup baik. Pelayanan yang diberikan juga tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup layanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan (Tjiptono,2005:130). Meski responden merasa masih cukup sulit dalam menjangkau/ menghubungi *service center*

Samsung, tetapi responden merasa cukup mudah dalam memperoleh suku cadang telepon selular Samsung. *Service center* Samsung juga dirasa sudah cukup cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan bila ada permasalahan terkait produk telepon selular Samsung yang digunakannya.

g. Tanggapan responden mengenai *aesthetics* (daya tarik estetika) terhadap telepon selular Samsung dimana *aesthetics* sendiri diartikan sebagai daya tarik daya tarik produk terhadap panca indera (Tjiptono,2005:130), menunjukkan bahwa responden lebih tertarik pada keunikan desain/model telepon selular Samsung daripada kombinasi warna.

h. Tanggapan responden mengenai *perceived quality* (citra dan reputasi produk) terhadap telepon selular Samsung dimana *perceived quality* merupakan citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya (Tjiptono,2005:130), menunjukkan bahwa citra merek telepon selular Samsung sudah cukup baik di mata responden

2. Oliver dalam Hurriyati (2005 :128) mengungkapkan definisi loyalitas pelanggan sebagai berikut :

“Customer Loyalty is deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service concicently in the future, despite situasional influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior”.

Dari definisi di atas terlihat bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai

potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Menurut Griffin (2005:4) menyatakan bahwa:

The concept of customer loyalty is geared more to behaviour than to attitude & loyal customer will exhibit purchase behaviour defined as non random purchase expressed overtime by some time by some decision making unit.

Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa konsep loyalitas lebih mengacu kepada wujud perilaku dibandingkan dengan sikap, dan seorang pelanggan yang loyal akan memperlihatkan pembelian yang teratur dalam jangka waktu yang lama dilakukan oleh unit-unit pembuat atau pengambil keputusan.

Tanggapan responden sendiri terhadap tingkat loyalitas mereka terhadap penggunaan telepon selular Samsung menunjukkan bahwa responden agak sering merekomendasikan produk telepon selular Samsung dan melakukan pembelian terhadap produk lain. Tetapi responden kurang memiliki minat dalam melakukan pembelian antar lini produk yang ditawarkan dan melakukan pembelian berulang. Responden juga tidak terlalu memiliki komitmen terhadap telepon selular Samsung, hal ini dikarenakan banyak pesaing yang memberikan penawaran produk yang lebih baik dan lebih menarik.

3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara kualitas produk yang terdiri dari *performance, feature, conformance to spesification, reliability, durability, serviceability, aesthetics*, dan *perceived quality* dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,962. Nilai tersebut menunjukkan nilai korelasi yang sangat kuat. Sementara itu besarnya pengaruh *performance, feature, conformance to spesification, reliability,*

durability, *serviceability*, *aesthetics*, dan *perceived quality* secara simultan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 92,6%, sedangkan sebesar 7,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain (€).

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Pengujian hipotesis juga menunjukkan bahwa dengan meningkatnya kualitas produk yang terdiri dari *performance*, *feature*, *conformance to specification*, *reliability*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics*, dan *perceived quality*, maka loyalitas pelanggan telepon selular Samsung juga akan meningkat. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa:
- a. Jika *performance* (kinerja produk) dinaikkan sebesar satu satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,290.
 - b. Jika *feature* (fitur produk) dinaikkan sebesar satu satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,335.
 - c. Jika *conformance to specification* (standarisasi produk) dinaikkan sebesar satu satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,630.
 - d. Jika *durability* (kekuatan teknis dan ekonomis) dinaikkan sebesar satu satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,303.
 - e. Jika *reliability* (tingkat kerusakan produk) dinaikkan sebesar satu satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,310.
 - f. Jika *serviceability* (pelayanan purna jual) dinaikkan sebesar satu satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,216.
 - g. Jika *aesthetics* (daya tarik estetika) dinaikkan sebesar satu satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,412.

- h. Jika *perceived quality* (citra dan reputasi produk) dinaikkan sebesar satu satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,327.

Hal ini sesuai dengan anggapan Welch, Jr (Kotler, 2000:66) yang mengemukakan bahwa mutu merupakan jaminan terbaik atas kesetiaan pelanggan, pertahanan kuat dalam menghadapi persaingan asing dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang menggenggam. Sementara itu pelanggan menjadi loyal terhadap suatu merek tertentu disebabkan oleh kualitas produk yang memuaskan. (Sutisna, 2003:42). Subkhan, konsultan pemasaran yang juga *associate* Manajer MarkPlus&Co yang dikutip oleh majalah SWA pada 27 Maret 2006 menyebutkan bahwa loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan melalui kualitas produk dan layanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa loyalitas pelanggan telepon selular Samsung dapat ditingkatkan melalui pengembangan strategi kualitas produk. Selain itu Griffin (2005:13), mengemukakan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal, antara lain:

1. Dapat mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan yang baru lebih mahal).
2. Dapat mengurangi biaya transaksi.
3. Dapat mengurangi biaya *turn over* pelanggan (karena pergantian pelanggan yang lebih sedikit).
4. Dapat meningkatkan penjualan silang, yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
5. Mendorong *word of mouth* yang relatif lebih positif, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas.
6. Dapat mengurangi biaya kegagalan (seperti biaya penggantian).

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa secara simultan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 92,6% sedangkan sisanya sebesar 7,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Artinya dengan mengefektifkan dan mengoptimalkan semua dimensi pada kualitas produk secara bersamaan, maka loyalitas pelanggan telepon selular Samsung dapat lebih ditingkatkan.

