



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS  
KONSUMEN TERHADAP *SMARTPHONE* BLACKBERRY DI KOTA  
SITUBONDO**

**SKRIPSI**

Oleh

**Doni Iswahyudi  
NIM 080810201041**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS  
KONSUMEN TERHADAP *SMARTPHONE* BLACKBERRY DI KOTA  
SITUBONDO**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

**Doni Iswahyudi  
NIM 080810201041**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : DONI ISWAHYUDI  
NIM : 080810201041  
Jurusan : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul Konsentrasi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN  
TERHADAP *SMARTPHONE* BLACKBERRY DI  
KOTA SITUBONDO

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Juni 2012

Yang menyatakan,

**DONI ISWAHYUDI**  
NIM 080810201041

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN  
TERHADAP *SMARTPHONE* BLACKBERRY DI  
KOTA SITUBONDO

Nama Mahasiswa : DONI ISWAHYUDI  
NIM : 080810201041  
Jurusan : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si  
NIP 19730908 200003 2 001

H.N. Ari Subagiyo, SE, M.Si  
NIP 19731109 200003 1 002

Ketua Jurusan

Prof. Dr.Hj. Istifadah, M.Si  
NIP 19661020 199002 2 001

## JUDUL SKRIPSI

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP *SMARTPHONE* BLACKBERRY DI KOTA SITUBONDO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Doni Iswahyudi

NIM : 080810201041

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

**19 Juni 2012**

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Jember

#### **Susunan Tim Penguji**

Ketua : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si. : (.....)  
NIP 19610710 198902 1 002

Sekretaris : H.N. Ari Subagiyo, SE, M.Si : (.....)  
NIP 19731109 200003 1 002

Anggota : Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si : (.....)  
NIP 19730908 200003 2 001



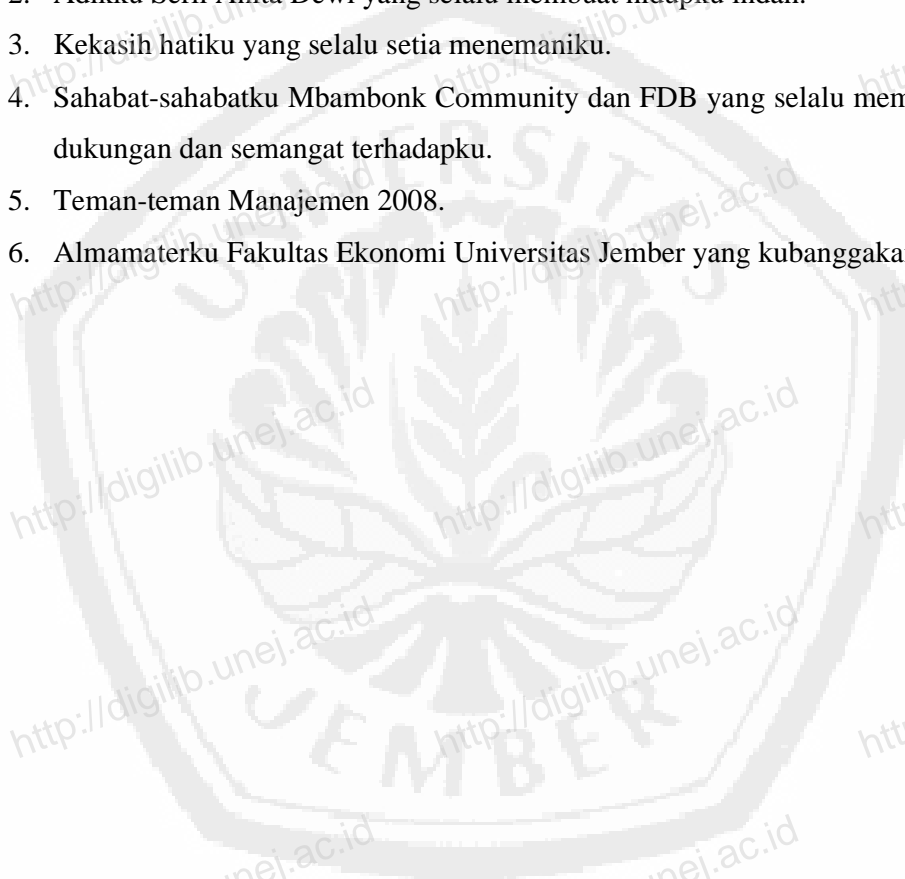
Mengetahui;  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.sc  
NIP. 19560831 198403 1 002

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tuaku, Papa Iswaji (Aci) dan Mama Retno tercinta, yang selalu dengan tulus menyayangiku, membesarkanku dan mendidikku.
2. Adikku Serli Anita Dewi yang selalu membuat hidupku indah.
3. Kekasih hatiku yang selalu setia menemaniku.
4. Sahabat-sahabatku Mbambonk Community dan FDB yang selalu memberikan dukungan dan semangat terhadapku.
5. Teman-teman Manajemen 2008.
6. Almamaterku Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.



## MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.  
Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan),  
kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.  
Dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap  
**(Q.S Alam Nasyrak : 6-8)**

Jenius adalah 1 % inspirasi dan 99 % keringat. Tidak ada yang dapat  
menggantikan kerja keras. Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika  
kesempatan bertemu dengan kesiapan  
**(Thomas A. Edison)**

Tidak ada sesuatu yang tidak mungkin dalam dunia ini,  
jadi apabila orang lain mengatakan apa yang kamu lakukan itu tidak mungkin,  
maka katakanlah bahwa itu mungkin!!  
***“Impossible = I’m Possible”***  
**(Penulis)**

Keyakinan merupakan modal awal yang WAJIB dimiliki  
oleh setiap orang dalam melakukan hal apapun  
untuk mencapai sebuah tujuan  
**(Penulis)**



**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS  
KONSUMEN TERHADAP SMARTPHONE BLACKBERRY DI KOTA  
SITUBONDO**

Oleh :

**Doni Iswahyudi**

**NIM 080810201041**

**Pembimbing**

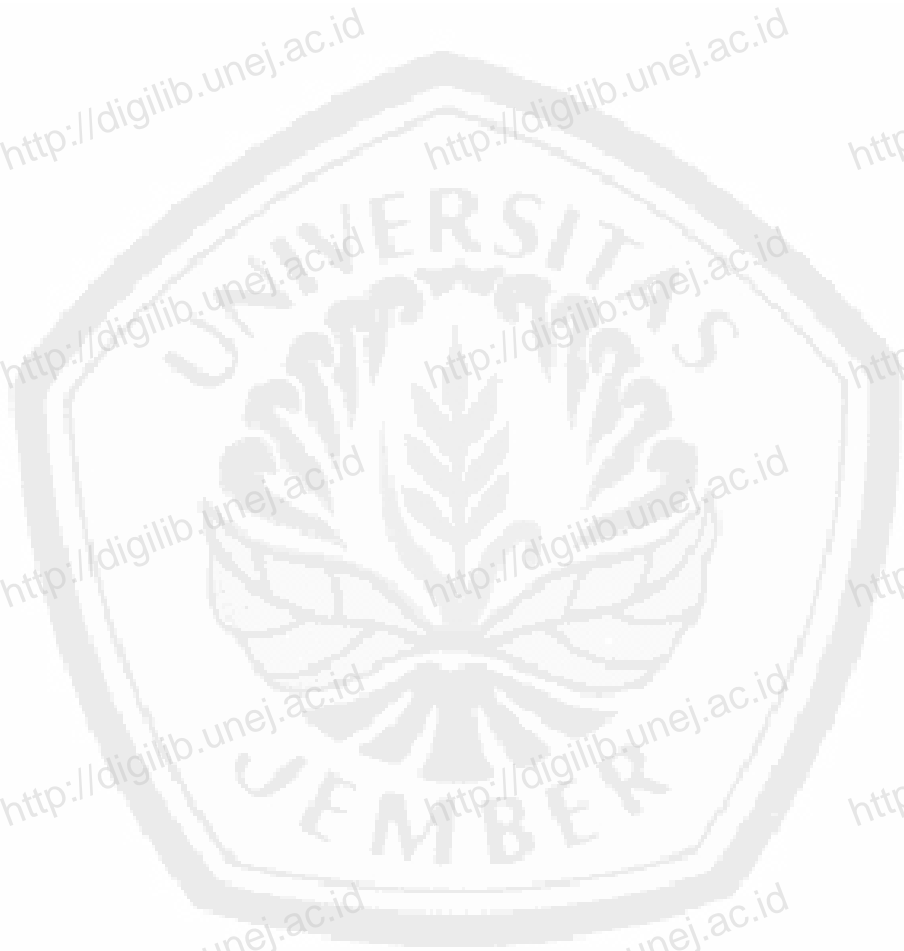
**Dosen Pembimbing Utama**

**: Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si**

**Dosen Pembimbing Anggota**

**: H.N. Ari Subagiyo, SE, M.Si**





## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap *Smartphone* BlackBerry di Kota Situbondo”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen terhadap *Smartphone* BlackBerry di kota Situbondo. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna *Smartphone* BlackBerry yang berdomisili di kota Situbondo. Metode sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 90 orang. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 16 variabel.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor. Analisis faktor digunakan untuk mereduksi data atau meringkas sejumlah variabel menjadi lebih sedikit dan menamakannya sebagai faktor, namun masih memuat sebagian besar informasi yang terkandung dalam variabel asli. Dalam penelitian ini analisis faktor digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi loyalitas konsumen *Smartphone* BlackBerry untuk tetap bersikap loyal terhadap *Smartphone* BlackBerry yang digunakannya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dari 16 variabel yang diteliti, dihasilkan 4 faktor baru yang terbentuk, yaitu faktor gaya hidup dan lingkungan sosial, faktor aplikasi, faktor keunggulan produk, serta faktor kesesuaian kebutuhan, yang nantinya penelitian ini diharapkan lebih mampu meningkatkan keempat faktor yang telah dibentuk.

Kata Kunci : Loyalitas konsumen, analisis faktor.

## ABSTRACT

This study entitled "Analysis of Factors Affecting BlackBerry *Smartphone* Consumer Loyalty in the town of Situbondo". This study aims to determine and analyze the factors that influence consumer loyalty to the BlackBerry *Smartphone* in the town of Situbondo. The population in this study is the consumer BlackBerry *Smartphone* users who live in the town of Situbondo. Sampling method is purposive sampling used by the respondents as many as 90 people. Variables used as many as 16 variables.

The analytical method used was factor analysis. Factor analysis is used to reduce the data or summarize a number of variables into fewer and named as a factor, but still contains most of the information contained in the original variables. In the present study used factor analysis to determine what factors are influencing consumer loyalty BlackBerry *Smartphone* to remain loyal to the BlackBerry *Smartphone* uses.

Based on the results of research conducted, of the 16 variables studied, the resulting newly formed 4 factors, lifestyle factors and the social environment, the application factor, factor product excellence, and the factor of suitability requirements, which will further research is expected to increase four factors been established.

Keywords: consumer loyalty, a factor analysis.

## PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas ridho dan limpahan Rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap *Smartphone* BlackBerry di Kota Situbondo” ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai kewajiban guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapat bantuan baik berupa materiil maupun moril yang tak ternilai harganya dari semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu sudah selayaknya penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Isti Fadah, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Ibu Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan petunjuk serta motivasi yang bermanfaat guna terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak H.N. Ari Subagiyo, SE, M.Si, selaku pembimbing II yang juga telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan petunjuk serta motivasi yang bermanfaat guna terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan pengajaran dan ilmunya selama ini sehingga dapat menjadi bekal untuk masa depan saya.
6. Seluruh Karyawan dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan waktunya demi kelancaran penelitian ini.
7. Kedua orang tuaku tersayang, Papa Iswaji (Aci) dan Mama Retno Anggar Wahyuningsih tercinta, terima kasih atas kasih sayang yang telah diberikan dalam mendidik dan membesarkanku selama ini.

8. Adikku Serly Anita Dewi tercinta, yang selalu menjadi adik yang baik untukku dan selalu menjadi penghiburku di rumah.
9. Kekasih hatiku tercinta Sesilia Tyas Wahyunita, terima kasih telah ada disampingku selama 8 tahun dan akan terus menjadi tahun-tahun berikutnya. Kau telah menemani banyak hal dalam hidupku, terima kasih atas segala dukungan semangat, doa, dan ketulusan yang kau berikan selama ini.
10. Sahib-sahibku tersayang Mbambonk Community (Riano *Gentonk*, Uyunk *Kebo*, Bahtiar *Ruwet*, Bayu *Ambon*, Bambang *Bamz*, Dita *Tante*, Nindy *Boncel*, Putri *Mak Bongky*, Forasty *Mpok Nory*, Dita *Inem*, Fenani *Ve*, Vinda *Juminten*). Terima kasih atas segala kenangan manis yang tercipta, persahabatan yang tulus, dan dukungan yang kalian berikan. Semoga persahabatan ini akan terus terjalin hingga hari tua nanti.
11. Teman-teman Manajemen 2008 : Rizka R, Ardyan, Ayson, Dimas, Andre, Asep, Vina, Ayu, Rina, Manggar, Peni, Dinar, dan seluruh teman-temanku di Manajemen 2008 yang tak bisa kusebutkan satu persatu. Terima kasih atas serpihan kisah penuh warna selama ini. Kalian takkan pernah ku lupakan.
12. Teman-teman kos Brantas Ijo: Sulis, Wahyu, Danang, Dimas, Samid, Likul, Yogis, Daniel, Maz Febri Janotok, dll yang tak bisa kusebutkan satu persatu. Terima Kasih atas kebersamaan yang indah selama 4 tahun ini, semoga komunikasi dan silaturahmi kita takkan terputus.
13. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik yang menyangkut aspek materi maupun teknik penulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan kemampuan yang dimiliki dan kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, Juni 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vii
<b>HALAMAN PEMBIMBING</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	7
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	8
2.1.1 Pemasaran .....	8
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	9
2.1.3 Loyalitas Konsumen .....	10
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	13

<b>2.3 Kerangka Konseptual</b> .....	16
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> .....	18
<b>3.1 Rancangan Penelitian</b> .....	18
<b>3.2 Populasi dan Sampel</b> .....	18
<b>3.3 Jenis dan Sumber Data</b> .....	19
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	20
<b>3.5 Identifikasi Variabel</b> .....	20
<b>3.6 Definisi Operasional Variabel</b> .....	21
<b>3.7 Teknik Pengukuran Data</b> .....	23
<b>3.8 Uji Instrumen</b> .....	23
3.8.1 Uji Validitas .....	23
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	24
<b>3.9 Metode Analisis Data</b> .....	24
3.9.1 Analisis Faktor .....	24
<b>3.10 Kerangka Konseptual</b> .....	26
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	28
<b>4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian</b> .....	28
4.1.1 Gambaran Wilayah Kabupaten Situbondo .....	28
4.1.2 Profil Objek Penelitian .....	31
4.1.3 Perkembangan Smartphone BlackBerry .....	36
<b>4.2 Karakteristik Responden</b> .....	40
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	40
4.2.2 Karakteristik Resp. Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
4.2.4 Karakteristik Resp. Berdasarkan Pendapatan .....	42
4.2.5 Karakteristik Resp. Berdasarkan Penggunaan BB.....	43
<b>4.3 Uji Instrumen</b> .....	45
4.3.1 Uji Validitas .....	45
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	47

<b>4.4 Hasil Analisis Data</b> .....	48
4.4.1 Analisis Faktor .....	48
<b>4.5 Pembahasan</b> .....	56
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	60
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	60
<b>5.2 Saran</b> .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	62



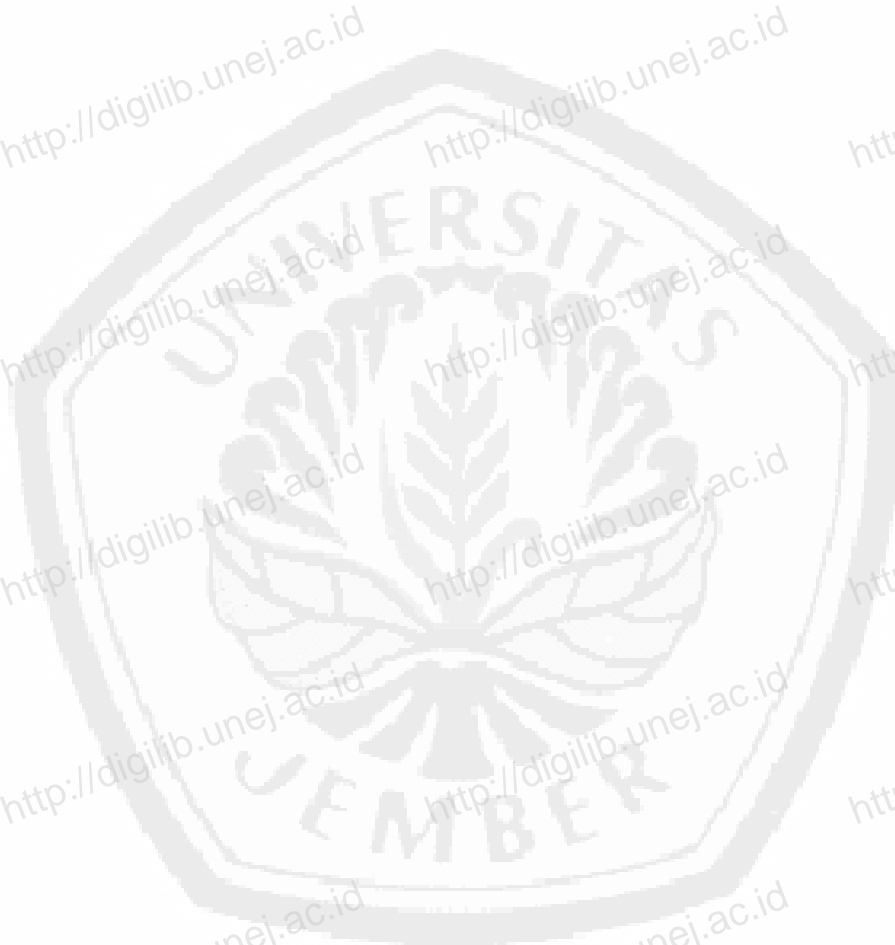


## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tingkat Penjualan Ponsel tahun 2011 .....	2
Tabel 1.2 Penjualan Smartphone BlackBerry di Cempaka Seluler .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1 Kriteria Reliabilitas Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....	24
Tabel 4.1 Luas Wilayah Kecamatan di Kabupaten Situbondo .....	28
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan Berdasarkan SP 2010 .....	30
Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Kec.Situbondo Menurut Kelompok Umur .....	32
Tabel 4.4 Jumlah Penduduk Kec.Situbondo Menurut Mata Pencaharian .....	32
Tabel 4.5 Jumlah Penduduk Kec.Panji Menurut Kelompok Umur .....	34
Tabel 4.6 Jumlah Penduduk Kec.Panji Menurut Mata Pencaharian .....	34
Tabel 4.7 Jumlah Penduduk Kec.Panarukan Menurut Kelompok Umur .....	35
Tabel 4.8 Jumlah Kec.Panarukan Penduduk Menurut Mata Pencaharian .....	36
Tabel 4.9 Tabel Penjualan BlackBerry di 3 konter Situbondo .....	39
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	40
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
Tabel 4.13 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	43
Tabel 4.14 Responden Berdasarkan Lamanya Penggunaan BlackBerry .....	44
Tabel 4.15 Responden Berdasarkan Penggunaan Tipe BlackBerry .....	44
Tabel 4.16 Hasil Validitas <i>Independent Variable</i> .....	46
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas <i>Independent Variable</i> .....	47
Tabel 4.18 KMO and Bartlett's Test .....	48
Tabel 4.19 Hasil Pengujian ( <i>Anti-image Correlation</i> ) .....	49
Tabel 4.20 Total <i>Variance Explaine</i> .....	50
Tabel 4.21 Tabel <i>Component Matrix</i> <sup>a</sup> .....	52

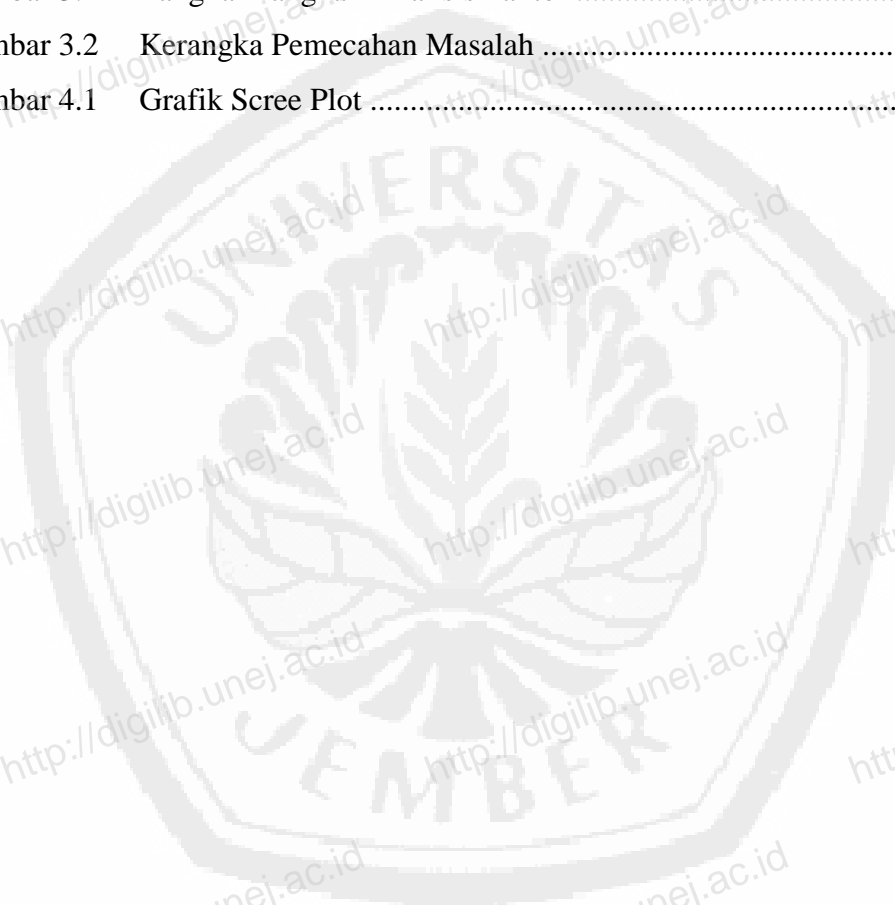
Tabel 4.22 Tabel *Rotated Component Matrix*<sup>a</sup> ..... 53

Tabel 4.23 Ringkasan Hasil Analisis Faktor ..... 57



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Perilaku Konsumen .....	9
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	17
Gambar 3.1 Langkah-langkah Analisis Faktor .....	25
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah .....	26
Gambar 4.1 Grafik Scree Plot .....	51



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 Identitas Responden
- Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 4 Uji Validitas X
- Lampiran 5 Uji Reliabilitas X
- Lampiran 6 Analisis Faktor

