



**HUBUNGAN KEPUASAN KONSUMEN DENGAN LOYALITAS  
MEREK PADA PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG  
DI KELURAHAN TUNTUNGAN II**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi  
Universitas Medan Area**

**Oleh :**

**NURMALA SARI SEMBIRING**

**10.860.0050**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2014**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI** : **HUBUNGAN KEPUASAN KONSUMEN DENGAN LOYALITAS MEREK PADA PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG DI KELURAHAN TUNTUNGAN II**

**NAMA MAHASISWA** : **NURMALA SARI SEMBIRING**

**NO. STAMBUK** : **10.860.0050**

**BAGIAN** : **PSIKOLOGI INDUSTRI DAN ORGANISASI**

**MENYETUJUI :**  
**Komisi Pembimbing**

**Pembimbing I**



**(Dr. Nefi Darmayanti, M.Si)**

**Pembimbing II**



**(Rahma Fauzia, S.Psi M.Psi)**

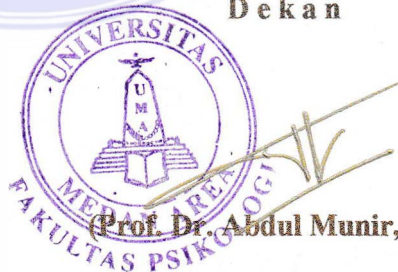
**MENGETAHUI :**

**Kepala Bagian**



**(Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi)**

**Dekan**



**(Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd)**

**Tanggal Lulus:**  
**22 Mei 2014**

DIPERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI FAKULTAS  
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA DAN DITERIMA UNTUK  
MEMENUHI SEBAGAI DARI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH  
GELAR SARJANA (S1) PSIKOLOGI

PADA TANGGAL

22 MEI 2014



MENGESAHKAN  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
DEKAN

(Prof. Dr. H. Abdul Munir, M.Pd)

DEWAN PENGUJI

1. Istiana, S.Psi, M.Pd
2. DR. Nefi Darmayanti, M.si
3. Rahma Fauzia, S.Psi, M.Psi
4. Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Pd

TANDA TANGAN

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**ABSTRAK**  
**HUBUNGAN KEPUASAN KONSUMEN DENGAN LOYALITAS MEREK**  
**PADA PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG DI KELURAHAN**  
**TUNTUNGAN II**

Oleh  
**Nurmala Sari Sembiring**  
**10.860.0050**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas merek pada pengguna Smartphone Samsung di Kelurahan Tuntungan II. Populasi pada penelitian ini adalah warga di Kelurahan Tuntungan II berjumlah 671 orang yang berusia antara 35 – 45 tahun dan sampel berjumlah 80 orang dengan karakteristik sampel yaitu pengguna Smartphone Samsung yang telah bekerja dan berusia 35 – 45 tahun. Teknik pengambilan sampling menggunakan teknik snowball sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan metode angket (kuesioner) dan menggunakan teknik analisis data korelasi Product Moment. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kepuasan konsumen dengan loyalitas merek, hal ini dilihat dari perolehan nilai koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,584$  dengan  $p = 0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis penelitian yang diajukan diterima. Adapun sumbangan efektif yang diberikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek sebesar 31,4%.

**Kata Kunci** : Kepuasan konsumen, Loyalitas merek.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala rahmat, karunia dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada peneliti, sehingga tugas penyusunan skripsi dengan judul: **“Hubungan Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Merek Pada Pengguna Smartphone Samsung Di Kelurahan Tuntungan II”**, dapat di selesaikan dengan baik dan lancar.

Adapun maksud dan tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Dengan selesainya skripsi ini, secara khusus peneliti ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk kedua orang tua tercinta Ayahanda Sumbul Sembiring dan Ibunda Nuraida Sitepu yang telah melahirkan, membesarkan serta mendidik dengan penuh curahan kasih sayang sehingga dapat menjadi anak yang selalu bersyukur dalam keadaan apapun, selalu memberikan dukungan dan menjadi motivasi terbesar bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini peneliti persembahkan untuk mereka berdua, akan tetapi skripsi ini belum dapat menggantikan semua pengorbanan dan segala hal yang telah diberikan kepada peneliti selama ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari materi maupun sistematika penulisan, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti untuk itu dengan segala kerendahan hati

peneliti bersedia menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi dan bimbingan dari berbagai pihak yang secara tulus dan ikhlas membantu dalam penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat selesai dalam waktu yang tidak terlalu lama.

Untuk itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H.A. Ya'kub Matondang, MA. selaku Rektor Universitas Medan Area atas kesempatan dan fasilitas yang telah diberikan untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program sarjana ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Munir, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
3. Ibu Dr. Nefi Darmayanti, M.Si., selaku Dosen Pembimbingan I dan Ibu Rahma Fauzia, S.Psi, M.Psi., selaku Dosen Pembimbingan II yang telah banyak memberikan perhatian, dukungan, saran dan bimbingan sehingga skripsi ini selesai.
4. Bapak Zuhdi Budiman, S.Psi, M.Psi., selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
5. Ibu Istiana, S.Psi, M.Pd., selaku ketua di sidang meja hijau yang telah menyediakan waktu untuk dapat hadir.
6. Ibu Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Pd., selaku sekretaris di sidang meja hijau yang telah menyediakan waktu untuk dapat hadir.

7. Bapak Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi., selaku Kepala Jurusan Psikologi Industri dan Organisasi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
8. Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Psikologi Universitas Medan yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama ini kepada peneliti.
9. Pak Samsul Helmi, Pak Janner Saragih, SE., Pak Samsir Alamsyah BB, Buk Tati Zulfawati, SE., Buk Alfrida Lubis, Buk Syahrianti, SE., dan semua Staf Administrasi yang belum disebutkan peneliti di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area atas bantuannya kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih yang mendalam kepada pihak Kelurahan Tuntungan II yang telah mengizinkan peneliti melaksanakan penelitian khususnya kepada Ibu Yeni yang telah memberi bantuan dan kemudahan kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
11. Kakak, abang dan adik tercinta Susanti Mandasari Sembiring, Kiki Handoko Sembiring, SH., Lisa Sundari Sembiring, Suparlin Sembiring, serta ketiga keponakan tersayang Kirani Amelda Alifia, Zahra dan Kirana Isnaini Salsabila yang telah memberikan doa-doa yang senantiasa diberikan kepada peneliti.
12. Buat seseorang yang istimewa Muhammad Arief Nugroho, S.Psi., yang selalu memberikan dukungan dan senantiasa meluangkan waktunya menemani untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat tersayang Nurmila Halimah, S.Psi., Maharani, S.Psi., Rizki Nurul Amalia, S.Psi., Sabrina Anugrahi, S.Psi., Siti Nurazlah, S.Psi., yang telah

selama ini saling menolong satu sama lain, memberi saran dan perhatian, serta memberi motivasi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga kebaikan ini selamanya terjalin dengan baik dan ridho Allah.

14. Kepada seluruh teman-teman dari semester I sampai semester VII, khususnya kelas Reguler B, peneliti ucapkan terima kasih untuk kebersamaan dan kekeluargaan yang telah dibina selama ini.
15. Seluruh keluarga dan teman-teman lainnya yang belum disebutkan satu-persatu oleh peneliti yang selalu memberikan dukungan, bantuan serta mendokan keberhasilan peneliti.

Terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan, semoga Allah SWT membalas amal kebaikan saudara-saudara dan semu pihak yang telah bermurah hati memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi ilmu pengetahuan dibidang Ilmu Psikologi, Amin ya robbal'alamin.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Medan, 22 Mei 2014

Peneliti,

Nurmala Sari Sembiring

NPM : 108600050





## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	1
A. Smartphone .....	10
1. Pengertian Smartphone .....	10
2. Pengguna Smartphone .....	11
B. Loyalitas Merek .....	13

1. Pengertian Merek .....	13
2. Pengertian Loyalitas Merek .....	14
3. Ciri-Ciri Loyalitas Merek .....	15
4. Dimensi Loyalitas Merek .....	15
5. Tingkatan Loyalitas Merek .....	17
6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek .....	20
C. Kepuasan Konsumen .....	24
1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	24
2. Elemen Kepuasan Konsumen .....	25
3. Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	27
D. Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek .....	29
E. Kerangka Konseptual .....	29
F. Hipotesis Penelitian .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Identifikasi Variabel .....	31
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	31
1. Kepuasan Konsumen .....	32
2. Loyalitas Merek .....	32
3. Usia .....	33
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	33
1. Populasi Penelitian .....	33
2. Teknik Pengambilan Sampling .....	34

D. Metode Pengumpulan Data .....	34
1. Skala Kepuasan Konsumen .....	35
2. Skala Loyalitas Merek .....	36
E. Validitas dan Reliabilitas .....	37
1. Validitas .....	37
2. Reliabilitas .....	38
F. Analisis Data .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
A. Orientasi Kancan Penelitian .....	41
1. Gambaran Populasi Penelitian .....	41
2. Gambaran Subjek Penelitian .....	42
B. Prosedur Penelitian .....	43
1. Persiapan Penelitian .....	43
2. Pelaksanaan Penelitian .....	52
C. Hasil Penelitian .....	52
1. Hasil Uji Asumsi .....	51
2. Hasil Perhitungan Analisis Data .....	54
3. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik .....	55
D. Pembahasan .....	57
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
1. Kesimpulan .....	61
2. Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel :	Halaman
1. Pangsa pasar pada tahun 2013	2
2. Gambaran populasi penelitian	41
3. Gambaran subjek penelitian berdasarkan usia dan jenis kelamin	42
4. Gambaran subjek penelitian berdasarkan lama penggunaan	43
5. Distribusi Penyebaran butir-butir Pernyataan Skala Kepuasan Konsumen Sebelum Uji Coba	45
6. Distribusi Penyebaran butir-butir Pernyataan Skala Loyalitas Merek Sebelum Uji Coba	47
7. Distribusi Penyebaran butir – butir Pernyataan Skala Kepuasan Konsumen Setelah Uji Coba	49
8. Distribusi Penyebaran butir – butir Pernyataan Skala Loyalitas Merek Setelah Uji Coba	51
9. Rangkuman Hasil Uji Normalitas Sebaran	53
10. Rangkuman Hasil Uji Linieritas	53
11. Rangkuman Perhitungan Product Moment	54
12. Hasil Perhitungan Nilai Mean Hipotetik dengan Nilai Mean Empirik	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	67
B. Uji Asumsi	73
C. Analisis Korelasi Product Moment	79
D. Data Penelitian	81
E. Skala Penelitian	92
F. Surat Keterangan Penelitian	103





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Kebutuhan akan teknologi komunikasi dapat dirasakan oleh semua kalangan, diantaranya adalah kalangan anak-anak, remaja, dewasa, bahkan kalangan yang memiliki ekonomi menengah sampai kalangan ekonomi atas. Kemajuan teknologi komunikasi masa kini menjadi suatu fenomena yang terjadi di dunia. Kemajuan tersebut menarik para perusahaan yang berkecimpung dalam dunia bisnis teknologi komunikasi untuk melakukan persaingan. Bahkan persaingan dalam dunia bisnis saat ini sangat begitu ketat, karena suatu produk yang laku terjual di pasar pasti segera diikuti oleh produk yang sejenis oleh para pebisnis lain (Kristianto, 2011). Salah satu teknologi komunikasi yang sedang bersaing di pasar yaitu teknologi komunikasi yang memproduksi Smartphone (telepon cerdas).

Pada saat ini perusahaan teknologi komunikasi yang memproduksi Smartphone memiliki peluang dan memperoleh laba yang sangat besar untuk perusahaannya dikarenakan kebutuhan akan teknologi yang mulai disadari oleh semua kalangan. Hal tersebut diperkuat dari kutipan wawancara oleh seorang Direktur PT. Bintang Mahameru Utama yang bergerak dibidang bisnis teknologi bernama Wilson Wijaya.

“Pasar Smartphone akan terus tumbuh dan ini merupakan suatu tantangan sekaligus peluang bagi setiap perusahaan.” (Dikutip dari internet situs [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id) 26 September 2013).

Telepon cerdas (Smartphone) adalah telepon genggam yang memiliki sistem operasi untuk masyarakat luas, dimana pengguna dapat dengan bebas menambahkan aplikasi, menambah fungsi-fungsi atau mengubah sesuai keinginan pengguna. Dengan kata lain, telepon cerdas merupakan komputer mini yang mempunyai kapabilitas sebuah telepon (Shiraisihi et al, dalam Wiryawan 2011). Telepon cerdas (Smartphone) merupakan telepon genggam yang mempunyai kemampuan internet dan fungsi yang luas termasuk fitur-fitur PDA (Personal Digital Assistant) seperti membaca e-mail, kemampuan membaca buku elektronik (e-book), chatting/instant messaging serta mempunyai banyak aplikasi (Anderson, dalam Wiryawan 2011).

Persaingan antar merek smartphone semakin marak terjadi di dunia bisnis yang bergerak dibidang teknologi, berikut ini adalah tabel pangsa pasar berbagai merek Smartphone pada tahun 2013.

Tabel 1. Pangsa Pasar Pada Tahun 2013

<b>Pangsa Pasar SmartPhone Tahun 2013</b>	
Samsung	27,3%
Nokia	14,6%
Apple	7,5%
LG	3,9%
ZTE	3,6%
Huawei	3,1%
TCL	2,9%
Lenovo	2,7%
Coolpad	2,5%
Sony Mobile	2,3%
BlackBerry	1,6%
HTC	1,6%
Xiami	0,9%
Motorolla	0,8%
Merek lainnya	24,7%

Sumber : (www.gadgetan.com diakses 28 oktober 2013)

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mardalis. (2005). *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Azwar, S. (2004). *Validitas dan Reliabilitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu.
- Hasan, Ali . (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : Penerbit Caps (Center for Academic Publishing Service).
- Indra Wirawan. *Pengertian smartphone dari beberapa artikel*. [online : (<http://indra231087.blogspot.com/2012/09/arti-smartphone-menurut-saya-adalah.html?m=1>)]. Diakses tanggal 15 februari 2014.
- Irawan, H. (2003). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Junnah, Farah Sarini. (2012). *Hubungan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek pada pelanggan kartu Simpati bagi Mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2010 di Universitas Medan Area*.
- Knapp, Duanne. (2002). *The Brand Mindset edisi Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kumoro, Sasongko Jati. (2010). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Terhadap Produk Indosat IM3 (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Reguler II Universitas Diponegoro Semarang)*. [online]
- Kristianto, Paulus Lilik. (2011). *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit CAPS.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Marketing Management edisi 12*. Jakarta : INDEKS.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Marketing Management edisi 13*. Penerbit Erlangga.
- Magdalena, Maria Tri Widyastuti Listyaningrum (2007). *Kemandirian Dalam Pengambilan Keputusan Pada Remaja Akhir Ditinjau Dari Pengasuhan Orang Tua*.
- Manurung, Dinary SH. (2009). *Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek pada pengguna kartu Pra-Bayar Simpati*. [online]. Diakses tanggal 27 oktober 2013.



- Rangkuti, Freddy. (2003). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2013). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor : Penerbit IPB Press.
- Simamora, Bilson. (2002). *Aura Merek (7 Langkah Membangun Merek yang kuat)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Simamora, Bilson. (2002). *Panduan riset perilaku konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Soewadji, Jusuf. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Pemasaran Jasa edisi pertama cetakan kedua*. Malang: Bayumedia Publishing Anggota IKAPI Jawa Timur.
- Umar, H. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Wiryanan, William. (2011). *Hubungan Pemakaian Telepon Cerdas dengan Prestasi Siswa SMA Di Kota Medan*. [online]. Diakses tanggal 4 Maret 2014.

**E-1. SKALA PENELITIAN KEPUASAN KONSUMEN DAN  
LOYALITAS MEREK**



## IDENTITAS DIRI

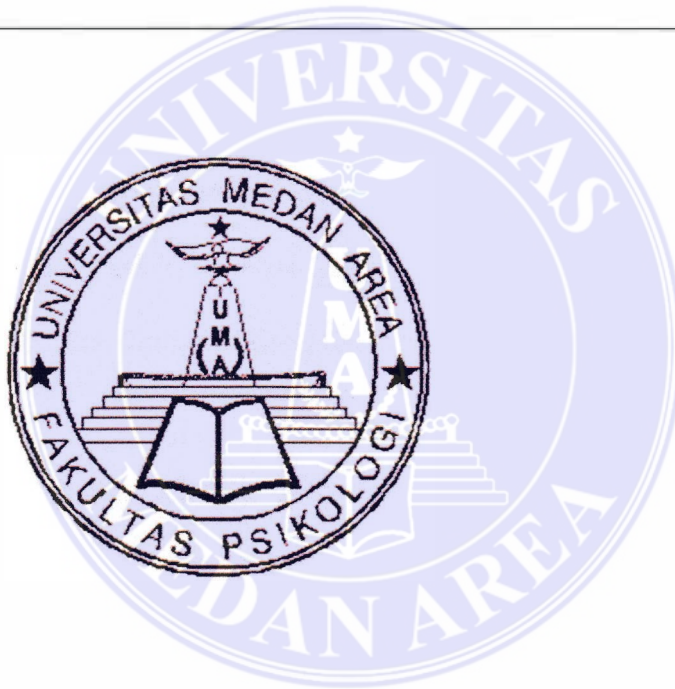
Inisial :

Jenis Kelamin :

Usia :

Lama penggunaan Samsung :

---



FAKULTAS PSIKOLOGI

MEDAN AREA

2013-2014

Dengan hormat,

Dalam rangka memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana di Fakultas Psikologi Medan Area, maka saya ingin mengadakan penelitian mengenai perilaku konsumen. Untuk itu saya memerlukan sejumlah data yang akan saya peroleh melalui kerjasama dan kesediaan saudara dalam mengisi skala ini.

Penelitian ini terdiri dari dua buah skala. Kedua skala ini terdiri dari beberapa pernyataan yang masing-masing sebanyak 49 dan 42 butir, yang menggambarkan diri saudara. Setiap orang memiliki jawaban yang berbeda dan tidak ada penilaian benar atau salah, jawaban yang seharusnya adalah jawaban yang sesuai dengan diri saudara. Data diri dan jawaban dari saudara akan di jaga kerahasiaannya.

Bantuan saudara dalam menjawab pernyataan dalam skala ini adalah bantuan yang sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini. Atas kerja sama saudara, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Nurmala Sari Sembiring

### PETUNJUK PENGISIAN

Skala ini terdiri dari dua bagian dan anda diminta untuk memilih salah satu dari dua jawaban yang tersedia dengan memberi tanda checklist (  $\checkmark$  ). Dalam skala ini tidak ada benar dan salah, namun jawaban tersebut adalah jawaban yang paling baik yang sesuai dengan diri anda. Dan data kerahasiaan akan dijaga baik oleh peneliti.

Adapun dua pilihan jawaban yang tersedia yaitu : YA dan Tidak.

Contoh pengisian :

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Saya senang menggunakan Samsung	$\checkmark$	

Apabila ingin mengubah jawaban anda, maka :

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Saya senang menggunakan Samsung	<del><math>\checkmark</math></del>	$\checkmark$

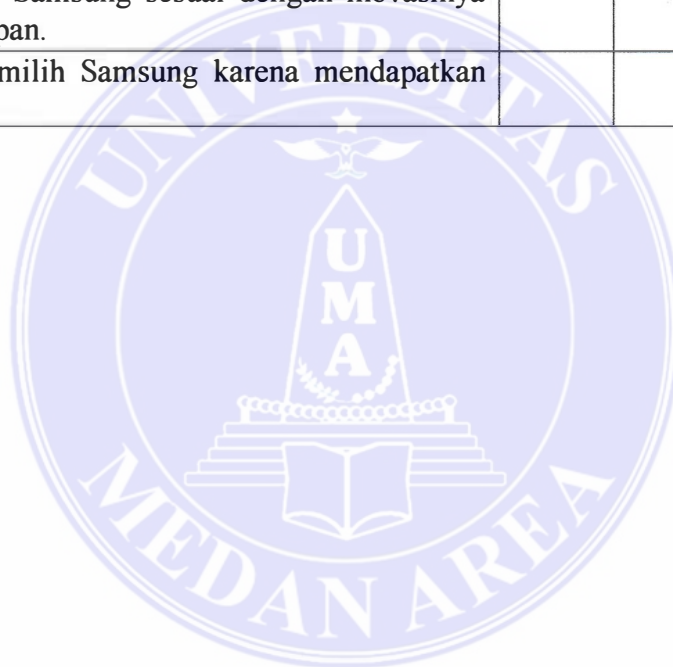
**SELAMAT MENGERJAKAN**

## Skala 1

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya senang memilih Samsung karena bentuknya yang menarik dan bagus.		
2	Saya merasa tidak puas menggunakan smartphone Samsung karena apa yang saya harapkan tidak sesuai dengan kinerja produk.		
3	Saya puas menggunakan Samsung setelah membandingkan kinerja dengan harapan yang sesuai.		
4	Saya merasa senang menggunakan Samsung karena harga sesuai dengan kualitas.		
5	Saya merasa puas menggunakan smartphone Samsung karena kinerja produk sesuai dengan kebutuhan.		
6	Saya tidak puas menggunakan Samsung setelah membandingkan kinerja dengan harapan tidak sesuai.		
7	Saya merasa harga Samsung tidak sesuai dengan kualitas dan kinerjanya yang sering mengecewakan.		
8	Saya tidak puas menggunakan Samsung karena rumit dalam mendownload aplikasi sesuai keinginan.		
9	Harga dengan kualitas serta kinerja Samsung tidak sesuai dan saya sangat kecewa.		
10	Saya akan beralih ke merek lain karena saya merasa kecewa pada Samsung.		
11	Saya senang memilih Samsung karena baterai tahan lama jika dipakai satu harian.		
12	Saya puas menggunakan Samsung karena memiliki kelebihan seperti smartphone merek lainnya		
13	Saya tidak berniat membeli Samsung dimasa yang akan datang ketika smartphone saya hilang.		
14	Saya senang memilih Samsung karena kualitas baterai di jamin tahan lama.		
15	Saya merasa tidak puas dengan Samsung karena hanya menggunakan satu operator tidak seperti smartphone merek lainnya.		
16	Saya puas menggunakan Samsung karena memiliki kelebihan yang berbeda dengan merek lainnya.		
17	Saya kecewa dengan kinerja Samsung dan tidak akan mengulang pembelian di masa yang akan datang.		
18	Saya senang memilih Samsung karena layarnya sensitif.		
19	Saya merasa puas menggunakan Samsung karena dapat mendownload semua aplikasi yang diinginkan.		
20	Saya tidak menggunakan Samsung karena kinerja dibawah harapan.		

21	Saya tidak akan beralih ke merek lain karena saya merasa senang menggunakan Samsung.		
22	Saya senang memilih Samsung karena layarnya tidak mudah rusak apabila terjatuh.		
23	Saya tidak puas menggunakan Samsung karena tidak memiliki kelebihan dari merek lainnya.		
24	Saya tidak ingin memilih Samsung karena bentuknya yang tidak lebih bagus dari smartphone merek lainnya.		
25	Saya merasa puas menggunakan Samsung karena pengoperasian smartphone yang praktis.		
26	Saya tidak puas menggunakan Samsung karena kelebihannya dibawah smartphone merek lain.		
27	Saya akan membeli Samsung dimasa yang akan datang ketika smartphone hilang atau rusak.		
28	Saya tidak ingin memilih Samsung karena baterai mudah habis apabila dipakai satu harian.		
29	Saya merasa puas dengan Samsung karena dapat menggunakan semua operator sesuai keinginan.		
30	Saya tidak ingin memilih Samsung karena baterai mudah rusak.		
31	Saya merasa puas menggunakan Samsung karena dapat menggunakan dua operator dalam satu smartphone.		
32	Saya senang memilih Samsung karena kecanggihannya yang tak kalah saing dengan smartphone merek lain.		
33	Saya tidak ingin membeli Samsung karena tidak mendapatkan bonus saat pembelian.		
34	Saya senang memilih Samsung karena harganya yang beraneka ragam dari harga rendah sampai harga tinggi.		
35	Saya tidak ingin memilih Samsung karena audionya tidak jelas dan kuat.		
36	Saya senang memilih Samsung karena kecanggihannya tidak dimilikii smartphone merek lain.		
37	Saya merasa harga Samsung tidak sesuai dengan inovasinya yang tidak berkembang		
38	Saya senang memilih Samsung karena harganya termasuk ekonomis dari smartphone merek lain.		
39	Saya tidak pernah ingin memilih Samsung karena tidak memiliki kecanggihan lebih dari smartphone merek lain.		
40	Saya tidak suka memilih Samsung karena layarnya tidak sensitif.		
41	Saya tidak ingin memilih Samsung karena kecanggihannya kalah dengan smartphone merek lain.		
42	Saya senang memilih Samsung karena dapat		

	digunakan oleh semua kalangan.		
43	Saya tidak ingin memilih Samsung karena layarnya mudah rusak.		
44	Saya senang memilih Samsung karena audionya jernih dan kuat.		
45	Saya tidak ingin memilih Samsung karena harganya yang terlalu mahal.		
46	Saya senang memilih Samsung karena harga jual smartphone tidak terlalu jauh dari harga beli.		
47	Saya tidak ingin memilih Samsung karena harga jualnya terlalu murah.		
48	Saya pikir harga Samsung sesuai dengan inovasinya yang selalu terdepan.		
49	Saya senang memilih Samsung karena mendapatkan bonus aplikasi.		





## Skala 2

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya hanya menggunakan smartphone Samsung walau banyak smartphone lain yang beredar dipasaran dengan harga bersaing.		
2	Saya tidak akan menggunakan Samsung karena kualitas produk tidak sesuai dengan harapan.		
3	Saya tidak akan beralih ke smartphone lain meskipun Samsung tidak melakukan promo harga dan fasilitas.		
4	Saya akan beralih ke merek lain apabila Samsung tidak memberikan promo lebih.		
5	Saya percaya Samsung adalah merek yang terbaik meskipun banyak smartphone lain yang menawarkan kecanggihannya.		
6	Saya tidak percaya pada Samsung karena tidak memiliki kelebihan dari smartphone merek lainnya.		
7	Saya akan membeli Samsung walau harganya mahal dibanding smartphone merek lain.		
8	Saya tidak akan memberi informasi mengenai kelebihan Samsung melainkan mengenai kekurangannya.		
9	Saya akan membeli smartphone Samsung dimasa yang akan datang meskipun harganya yang semakin mahal		
10	Saya tidak peduli mengenai komunitas Samsung.		
11	Apabila ada komunitas Samsung saya akan bersedia mengikuti komunitas tersebut.		
12	Saya tidak akan menggunakan Samsung karena tidak banyak pengguna merek tersebut.		
13	Saya tidak akan membeli Samsung karena harganya lebih mahal dari smartphone merek lain.		
14	Saya akan memberi tahu mengenai kelebihan atau kecanggihan Samsung pada orang lain.		
15	Saya tidak akan membeli Samsung dimasa yang akan datang ketika harganya mahal.		
16	Saya malas mengikuti komunitas Samsung karena tidak berminat.		
17	Pengalaman yang kurang baik selama menggunakan Samsung membuat saya tidak mau menyarankan kepada orang lain untuk menggunakannya.		
18	Saya tidak akan mempertimbangkan merek Samsung ketika ingin membeli smartphone kembali.		
19	Saya tidak suka membaca majalah yang ada berita terbaru mengenai Samsung.		
20	Saya hanya menggunakan smartphone Samsung walau		

	banyak smartphone lain yang beredar dipasaran dengan kecanggihan bersaing.		
21	Saya tidak akan menyarankan kerabat menggunakan Samsung karena kualitasnya buruk dari smartphone merek lain.		
22	Saya akan membeli smartphone merek Samsung ketika smartphone saya hilang.		
23	Saya tidak berniat mencari tahu informasi melalui situs internet mengenai Samsung.		
24	Saya akan menggunakan Samsung meskipun rusak atau hilang karena saya tidak percaya pada merek lain.		
25	Saya akan menyakinkan keluarga dan teman bahwa kualitas Samsung merupakan yang terbaik.		
26	Saya senang membaca majalah ketika ada kabar terbaru mengenai smartphone Samsung.		
27	Saya tidak akan menggunakan Samsung karena banyak smartphone merek lain yang memiliki kecanggihan lebih.		
28	Saya akan menggunakan Samsung meskipun banyak orang memandang citra perusahaan negatif.		
29	Saya akan beralih kemerek lain karena lingkungan tidak menggunakan Samsung.		
30	Saya akan menyarankan keluarga dan teman menggunakan Samsung karena kualitasnya bersaing dengan merek lain.		
31	Sering terpikir untuk membeli smartphone merek lain lain jika Samsung saya hilang atau rusak.		
32	Apabila ada komunitas smartphone Samsung saya akan ikut bergabung.		
33	Saya tidak akan menggunakan Samsung karena smartphone merek lain memiliki harga yang lebih murah.		
34	Saya akan menggunakan smartphone Samsung meskipun banyak yang tidak menyukai.		
35	Pengalaman yang baik selama menggunakan Samsung membuat saya bersedia menyarankan kepada orang lain untuk menggunakannya.		
36	Saya akan menggunakan Samsung karena kualitas produk sesuai dengan apa yang saya harapkan.		
37	Saya akan beralih ke merek lain apabila citra perusahaan Samsung negatif.		
38	Saya akan tetap menggunakan Samsung meskipun banyak yang merekomendasikan merek lain.		
39	Saya akan beralih dari Samsung apabila diberikan promo harga dan bonus oleh smartphone merek lain.		

40	Saya merasa perlu beralih ke smartphone merek lain karena Samsung yang semakin buruk.		
41	Saya bangga menggunakan Samsung karena kualitasnya yang bagus dan terjamin.		
42	Saya tidak akan menyarankan teman dan keluarga menggunakan Samsung karena kualitasnya tidak yang terbaik.		



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS PSIKOLOGI

Jl. Kolam No. 1 Medan estate, Telp. (061)7366878, Fax (061)7368012 Medan 20223

E-mail : [univ\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:univ_medanarea@uma.ac.id)

Website : [www.Uma.ac.id](http://www.Uma.ac.id)

: 678/FO/PP/2014

Medan, 20 Maret 2014

: Pengambilan Data

arah Tuntungan

ubat

hormat,

ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada kami:


Nama : Nurmala Sari Br. Sembiring  
NPM : 10.860.0050  
Program Studi : Ilmu Psikologi  
Fakultas : Psikologi

melaksanakan pengambilan data di Kelurahan Tuntungan guna penyusunan skripsi yang berjudul: **"Hubungan Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Merek Pada Pengguna Smartphone Samsung Di Kelurahan Tuntungan"**

kami jelaskan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti Jurusan Psikologi pada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan pengambilan data yang diperlukan dan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa Bapak/Ibu tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data di Kelurahan yang bersangkutan.

kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bid. Akademik,  
  
Zuhdi Budiman, S.Psi. M.PSi

UNIVERSITAS MEDAN AREA

m :  
asiswa Yhs



**PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG  
KECAMATAN PANCUR BATU  
DESA TUNTUNGAN II**

*Alamat : Jl. Tunas Mekar No.1 Dusun II Tuntungan II Kodepos 20353*

tanggal : 04 April 2014  
nomor : 470 / 278 /DT.II/IV/2014  
sifat : -  
kegiatan : **Selesai Penelitian**

berdasarkan perihal tersebut, diterangkan bahwa :

Nama lengkap : NURMALA SARI  
NPM : 10.860.0050  
Program Studi : SI – Psikologi  
Universitas Medan Area

selanjutnya diterangkan bahwa nama tersebut diatas telah melaksanakan *Penelitian tentang Kepuasan Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Merek Pada Pengguna Smartphone yang berlangsung di Desa Tuntungan-II* dan telah selesai melaksanakan pengambilan data pada tanggal 29 Maret 2014 di Desa Tuntungan-II.

Surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Desa Tuntungan II, tanggal 04 April 2014

