

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya yang tidak terhingga sehingga penulis diberi kelancaran dalam proses pembuatan tugas akhir ini. Tugas akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan pada program S-1 jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika pada Institut Manajemen Telkom.

Tugas akhir ini disusun berdasarkan hasil penelitian penulis pada pengguna smartphone Apple iPhone di kota Jakarta. Pada pelaksanaan kegiatan penelitian maupun proses penyusunan tugas akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan sehingga penulis diberi kelancaran dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Orang tua dan kedua kakak saya Fieko dan Sabriena serta kakak ipar Prapti dan Andi yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Listyo D. Harsono selaku dosen pembimbing yang telah banyak membimbing, memberikan pengetahuan, arahan serta bantuannya kepada penulis.
4. Teman dekat yaitu Prita Mia yang selalu memberikan support dan motivasi kepada saya untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Teman-teman dan para sahabat yang tentunya terus membantu dalam memberikan semangat, dukungan dan motivasi Vicky, Jodi, Frans, Niken, Roro, Ivo, Bayu, Chita, Pingkan, Icha, Marsha, Wisnu, Ihsan, Dimas, Rendra, Carol, Temi dan tentunya teman-teman lain yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu disini. Selain itu kepada para responden yang telah membantu saya untuk melakukan penelitian tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun yang diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang.

Penulis juga berharap semoga kelak laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Bandung, Oktober 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PESETUJUAN.....	I
SURAT PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	G
ambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2	L
atar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 User Experience	11
2.1.1 Elemen-elemen User Experience	11
2.2 Loyalitas Konsumen	12
2.2.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	13
2.2.2 Tahapan Loyalitas Pelanggan	13
2.2.3 Proses Pembentukan Loyalitas Pelanggan	14
2.2.4 Tujuh Saran untuk Menciptakan Pelanggan yang Setia	15
2.3 Teori yang Menghubungkan User Experience dengan Loyalitas Pelanggan	16
2.4 Penelitian Terdahulu	16
2.5 Kerangka Pemikiran	20
2.6 Hipotesis Penelitian	21
2.7 Ruang Lingkup Penelitian	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Variabel Operasional	23
3.2.1 Operasional Variabel	23
3.2.2 Skala Pengukuran	24
3.3 Tahapan Penelitian	25
3.4 Populasi dan Sampel	26
3.4.1 Populasi	26
3.4.2 Sampel	26
3.4.3 Teknik Sampling	27
3.5 Pengumpulan Data	27
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	28
3.6.1 Uji Validitas	28
3.6.2 Uji Reliabilitas	30
3.7 Teknik Analisis Data	31
3.7.1 Analisis Deskriptif	31
3.7.2 Uji Normalitas	32
3.7.3 Uji Linearitas	33
3.7.4 Uji Heterokedastisitas	33

3.7.5	Transformasi Skala Ukur	33
3.7.6	Analisis Regresi Linier Sederhana	34
3.7.7	Koefisien Determinasi	34
3.8	Pengujian Hipotesis.....	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	37
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	39
4.2	Hasil Penelitian	40
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap User Experience (X)	40
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas (Y).....	43
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	45
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.3.2	Analisis Regresi Sederhana.....	47
4.3.3	Pengujian Hipotesis	49

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	51
5.2	Saran	51
5.2.1	Bagi Peneliti Lain.....	51
5.2.2	Bagi Perusahaan	52

DAFTAR PUSTAKA	53
-----------------------------	----

LAMPIRAN	57
-----------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Market Share OS	4
Tabel 3.1	Varibael Operasional.....	24
Tabel 3.2	Data Pengukuran Kuisisioner.....	25
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel X (Karakteristik User Experience).....	29
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Karateristik Loyalitas)	29
Tabel 3.5	Hasil Uji Reabilitas Variabel X (Karakteristik User Experience)	30
Tabel 3.6	Hasil Uji Reabilitas Variabel Y (Karateristik Loyalitas).....	31
Tabel 3.7	Klasifikasi Kriteria Interpretasi Skor.....	32
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	40
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap User Experience (X).....	41
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas (Y)	43
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas.....	46
Tabel 4.8	Hasil Uji Linearitas	47
Tabel 4.9	Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana (<i>Coefficient</i>).....	48
Tabel 4.10	Hasil Uji R.....	48
Tabel 4.11	Hasil Uji Hipotesis (ANNOVA)	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Penjualan iPhone 2007-2013	4
Gambar 1.2	Survey Tingkat Retensi Pengguna Smartphone	5
Gambar 2.1	Siklus Pembelian	14
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian.....	26
Gambar 3.2	Garis Kontinum.....	32
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	40
Gambar 4.5	Persentase Sub-Variabel User Experience Dalam Garis Kontinum.....	42
Gambar 4.6	Persentase Variabel Loyalitas Dalam Garis Kontinum.....	45
Gambar 4.7	Uji Heterokedastisitas.....	46