

**ANALISIS LOYALITAS PENGGUNA BLACKBERRY SETELAH ADANYA  
APLIKASI BBM PADA SMARTPHONE BERBASIS ANDROID DAN IOS  
(STUDI MAHASISWA UNIVERSITAS TELKOM TAHUN 2014)**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya

Program Studi D3 Manajemen Pemasaran



Disusun oleh:

**Putro Adi Nugroho**

**6304110047**

**D3 MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS ILMU TERAPAN**

**UNIVERSITAS TELKOM**

**BANDUNG**

**2014**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**ANALISIS LOYALITAS PENGGUNA BLACKBERRY SETELAH ADANYA**  
**APLIKASI BBM PADA SMARTPHONE BERBASIS ANDROID DAN IOS**  
**(STUDI MAHASISWA UNIVERSITAS TELKOM TAHUN 2014)**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya

Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Disusun oleh:

**Putro Adi Nugroho**

**6304110047**

Menyetujui,

Pembimbing Akademik

Fanni Husnul Hanifa, SE, MM

**D3 MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS ILMU TERAPAN**

**UNIVERSITAS TELKOM**

**BANDUNG**

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir ini dengan judul “Analisis loyalitas pengguna *Blackberry* setelah adanya aplikasi BBM pada *smartphone* berbasis Android dan IOS tahun 2014” adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya Putro Adi Nugroho tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika yang berlaku. Saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam laporan tugas akhir saya ini

Bandung, 17 September 2014

Putro Adi Nugroho

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir. Laporan ini menjadi salah satu syarat kelulusan penulis dalam menyelesaikan masa perkuliahan di Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom. Penulisan Laporan Tugas Akhir (LTA) ini tidak dapat terwujud tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Atas dasar itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Sumanan Agus Suparto dan Ibu Sri Watiningsih, selaku orang tua penulis yang selalu mendukung dan mendoakan segala aktivitas yang penulis lakukan.
2. Bapak Ganjar Mohamad Disastra, MM selaku Kepala Program Studi D3 Manajemen Pemasaran.
3. Ibu Fanni Husnul Hanifa, SE, MM selaku pembimbing yang telah berkenan memberikan waktu, tenaga, pikiran dan kesabaran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang berarti bagi penulis.
4. Bapak Agus Maulana Hidayat SE, MM selaku dosen yang telah berkenan membantu penulis.
5. Keluarga besar dosen dan mahasiswa D3 Manajemen Pemasaran yang berperan nyata dalam perkuliahan penulis.
6. Ajat, Katir, Senna, Aan, Ilham, Luthfi, Isnan, Arik, Riski, Age, Munji, Sasti, Miu, Diah, Nia yang selalu memberikan semangat dan inspirasi selama penulis kuliah.
7. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungannya kepada penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sebuah kesempurnaan. Segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Besar harapan penulis Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

Bandunng, 17 September 2014

Putro Adi Nugroho

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Observasi.....	1
1.1.1 Asal Nama BlackBerry.....	2
1.1.2 Sejarah BlackBerry di Indonesia.....	2
1.1.3 Visi dan Misi.....	2
1.2 Latar Belakang Objek Observasi.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	5
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	6
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	6
2.1.3 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	7
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	8
2.1.5 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	9
2.1.6 Jenis Loyalitas Pelanggan.....	9
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.8 Kerangka Pemikiran.....	12
2.2 Jenis Penelitian.....	12
2.2.1 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	12
2.2.2 Populasi, Sampel dan Lokasi.....	13
2.2.3 Variabel Operasional.....	14
2.2.4 Jenis Skala.....	14
2.2.5 Uji Data.....	17

2.2.6 Teknik Analisis Deskriptif.....	18
2.2.7 Tahapan Penelitian.....	20
2.3 Hasil dan Pembahasan.....	21
2.3.1 Deskripsi Responden.....	21
2.3.2 Hasil Pengujian Data.....	23
2.3.3 Teknik Analisis Data.....	24
2.3.4 Deskriptif Responden berdasarkan Jenis Loyalitas.....	26
BAB III KESIMPULAN DAN SARAN.....	28
3.1 Kesimpulan.....	28
3.2 Saran.....	28
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN.....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Telepon Genggam di Indonesia.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2.2 Variabel Operasional.....	14
Tabel 2.3 Klasifikasi Persentasi.....	19
Tabel 2.4 Validitas Loyalitas Pengguna Blackberry .....	23
Tabel 2.5 Realibilitas Kenyataan Loyalitas Pengguna Blackberry.....	23
Tabel 2.6 Analisis Variabel Loyalitas Pengguna Blackberry.....	24

## TABEL GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Blackberry.....	1
Gambar 2.1 Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan.....	8
Gambar 2.2 Model Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 2.3 Garis Kontinum Variabel Loyalitas.....	19
Gambar 2.4 Tahapan Penelitian.....	20
Gambar 2.5 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	17
Gambar 2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	17
Gambar 2.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	18
Gambar 2.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Total Pendapatan.....	18
Gambar 2.9 Garis Kontinum Variabel Loyalitas Pengguna Blackberry.....	21
Gambar 2.10 Deskripsi Responden Berdasarkan Keterikatan.....	26
Gambar 2.11 Deskriptif Responden Berdasarkan Pembelian.....	26
Gambar 2.12 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Loyalitas.....	27