

## 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

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

### **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	Karateristik Responden .....	37
4.1.1	Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4.1.2	Karateristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.1.3	Karateristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39
4.1.4	Karateristik 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

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	53
-----------------------------	----

<b>LAMPIRAN</b> .....	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