

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN PADA *SMARTPHONE* SAMSUNG DI
JAKARTA UTARA**

Oleh: Hendrik Tanwijaya

NIM: 28090231

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

September 2013



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA
SMARTPHONE SAMSUNG DI
JAKARTA UTARA**

Diajukan oleh

Nama : Hendrik Tanwijaya

NIM : 28090231

Jakarta , 29 Agustus 2013

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,

(Dergibson Siagian, Ir., M.M.)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2013**

ABSTRAK

Hendrik Tanwijaya / 28090231 / 2013 / Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada *Smartphone* Samsung di Jakarta Utara / Pembimbing: Dergibson Siagian, Ir.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan. Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori inovasi produk, kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan hubungan-hubungan baru, melihat suatu subyek dengan perspektif baru dan membentuk kombinasi-kombinasi baru dari konsep-konsep lama. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk atau jasa dalam memenuhi fungsi – fungsinya untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan pelanggannya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang akan suatu produk atau jasa yang dimana konsumen akan merasa puas apabila segala keinginannya terpenuhi. Pembelian ulang adalah suatu perilaku di mana konsumen membeli kembali produknya yang sebelumnya dibeli dan juga terus membeli merek yang sama meskipun mereka tidak memiliki keterikatan emosional.

Objek penelitian pada skripsi ini adalah *smartphone* Samsung di Jakarta Utara. Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebanyak 150 responden yang akan dilakukan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu *judgement sampling*. Subyek penelitiannya adalah konsumen yang menggunakan *smartphone* Samsung di Jakarta utara. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Model*) melalui software LISREL 8.80.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan; inovasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.



ABSTRACT

Hendri Tanwijaya / 28090231 / The Influence of Product Innovation and Product Quality on Repeat Purchase Decision through Customer Satisfaction at *Smartphone* Samsung, North Jakarta / Advisor: Dergibson Siagian, Ir.,M.M.

The purpose of this research is to find out the influence of product innovation and product quality on repeat purchase decision through customer satisfaction. This research was based on the theory of product innovation, product quality, customer satisfaction and repeat purchase decision. Product innovation is the ability to discover new relationships, look at a subject with a new perspective and form new combinations of old concepts. Product quality is the ability of a product or a service to fulfill its function as consumer needs and to satisfy the customer. Customer satisfaction is the feeling of excitement and disappointment of products or services; which customer will be satisfied if their wants fulfilled. Repeat purchases is a behavior in which consumers buy back previously purchased products and also continue to buy the same brand even though they do not have an emotional attachment.

The object of this research was smartphone Samsung. The samples of 150 respondents will be used based on non-probability sampling technique, which is called judgment sampling. The research subjects are the consumers who have used smartphone Samsung in north Jakarta. The data were collected using a questionnaire. Data were analyzed using SEM (*Structural Equation Model*) by LISREL 8.80.

The results of this study stated that product innovation and product quality have significant positive effect to customer satisfaction; product innovation have significant positive effect to repeat purchase decision; and customer satisfaction is significantly has positive effect to repeat purchase decision.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat rahmat-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen dari Institut Binsis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak atas segala bantuan, dorongan, bimbingannya, yang dapat dijadikan masukan berharga dalam penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dergibson Siagian, Ir., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam memberikan pengarahan, bimbingan, dan membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. Seluruh dosen dan staff pengajar IBII yang telah memberikan pengajaran dan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
3. Keluarga tercinta, mama, papa, Sandra, Yurita, Andri yang selalu memberikan *support* serta mendoakan selama proses penyusunan skripsi.
4. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat bagi penulis : Yosef Prastio, Dewi Anggieta Wang, Felini Angella, Citra Marina, Shelvey Syahli, Andy Wijaya, Bobby Lioe, Thing thing Liuni, Alim Santoso, Adryanto, Julia Indah Pertiwi, dan yang lainnya.
5. Teman-teman angkatan 2009 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu mendukung penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Seluruh pihak yang telah membantu proses penyelesaian yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas bantuannya.



Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis sangat terbuka dengan kritik dan saran yang sangat membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis berhadap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 2013

Penulis ,

Hendrik Tanwijaya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI



JUDUL.....	i
PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
D. Rumusan Pertanyaan Penelitian.....	6
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
A. Pengantar.....	9
B. Telaah Pustaka.....	9
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis Penelitian.....	26

1. Dilarang menjiptip sebagai milik pribadi atau seluruhnya tanpa izin IBIKGG.
 a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
A. Pengantar.....	28
B. Desain Penelitian.....	28
C. Objek Penelitian.....	31
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	31
E. Metode Pengumpulan Data.....	34
F. Teknik Pengambilan Sampel.....	34
G. Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Pengantar.....	47
B. Proses Data <i>Screening</i>	47
C. Analisis Karakteristik Responden atau Deskripsi Data.....	54
D. Hasil Penelitian.....	69
E. Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	78

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Gap Riset dan Permasalahan / isu.....	5
Tabel 3.1	Indikator dan Item Pertanyaan Inovasi Produk.....	31
Tabel 3.2	Indikator dan Item Pertanyaan Kualitas Produk.....	32
Tabel 3.3	Indikator dan Item Pertanyaan Kepuasan Pelanggan.....	33
Tabel 3.4	Indikator dan Item Pertanyaan Keputusan pembelian Ulang.....	34
Tabel 4.1	Reliabilitas Inovasi Produk.....	52
Tabel 4.2	Reliabilitas Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.3	Reliabilitas Kepuasan pelanggan.....	53
Tabel 4.4	Reliabilitas Keputusan Pembelian Ulang.....	53
Tabel 4.5	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.6	Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.7	Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.8	Skor Rata-rata Inovasi Produk.....	57
Tabel 4.9	Skor Rata-rata Kualitas Produk.....	58
Tabel 4.10	: Skor Rata-rata Kepuasan Pelanggan.....	59
Tabel 4.11	: Skor Rata-rata Keputusan Pembelian Ulang.....	60
Tabel 4.12	: <i>Goodness of Fit Statistics</i>	62
Tabel 4.13	: Hubungan Kausal Antar Variabel.....	67
Tabel 4.14	: Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total.....	68

Hak cipta milik IBIKKG, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Konsep Kepuasan pelanggan.....	21
Gambar 2.2	: Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3.1	: Diagram Alur.....	45
Gambar 4.1	: Inovasi Produk (<i>t-value</i>).....	48
Gambar 4.2	: Inovasi Produk (<i>Standardized Solution</i>).....	48
Gambar 4.3	: Kualitas Produk (<i>t-value</i>).....	49
Gambar 4.4	: Kualitas Produk (<i>Standardized Solution</i>).....	49
Gambar 4.5	: Kepuasan Pelanggan (<i>t-value</i>).....	50
Gambar 4.6	: Kepuasan Pelanggan (<i>Standardized Solution</i>).....	50
Gambar 4.7	: Keputusan Pembelian Ulang (<i>t-value</i>).....	51
Gambar 4.8	: Customer Commitment (<i>Standardized Solution</i>).....	51
Gambar 4.9	: Model Struktural (<i>t-value</i>).....	65
Gambar 4.10	: Kosfisien Terstandar Model Struktural.....	66

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	78
Lampiran 2 : Data Kuesioner Profil Responden.....	82
Lampiran 3 : Data Kuesioner Inovasi Produk.....	84
Lampiran 4 : Data Kusioner Kualitas Produk.....	86
Lampiran 5 : Data Kuesioner Kepuasan Pelanggan.....	91
Lampiran 6 : Data Kuesioner Keputusan Pembelian Ulang	94
Lampiran 7 : Output Frekuensi Profil Responden	100
Lampiran 9 : Output Frekuensi Data Kuesioner Kualitas Produk	102
Lampiran 10 : Output Frekuensi Data Kuesioner Kepuasan Pelanggan	105
Lampiran 11 : Output Frekuensi Data Kuesioner Keputusan Pembelian Ulang	107
Lampiran 12 : Structural Model (<i>t-value</i>)	108
Lampiran 13 : Structural Model (<i>Standardized Solution</i>)	109
Lampiran 14 : Output Validitas Inovasi Produk	110
Lampiran 15 : Output Validitas Kualitas Produk	110
Lampiran 16 : Output Validitas Kepuasan Pelanggan	110
Lampiran 17 : Output Validitas Kepuasan Pelanggan	111
Lampiran 18 : Output Realibilitas Inovasi Produk	111
Lampiran 19 : Output Realibilitas Kualitas Produk	111



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



Lampiran 20 : Output Realibilitas Kepuasan Pelanggan	112
Lampiran 21 : Output Realibilitas Keputusan Pembelian Ulang	113
Lampiran 22 : Output Goodness of Fit	114
Lampiran 23 : Output Total dan Indirect Effect	114
Lampiran 24 : Output Model Struktural	115
Lampiran 25 : Dokumentasi Pengumpulan Data	116

© Hak Cipta milik IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.