

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2019/2020

ANALISIS PENGARUH PERCEIVED BENEFITS, CONFIRMATION, DAN SATISFACTION TERHADAP BRAND LOYALTY PADA PENGGUNA SMARTPHONE DI KOTA BATAM

JEMMY
NPM: 1641099

ABSTRAK

Studi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kaitan dari konfirmasi dalam menentukan kebutuhan yang diperlukan pada saat melakukan pembelian, manfaat yang dirasakan ketika menggunakan merek *smartphone* yang sudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan kepuasan pelanggan dalam menggunakan *smartphone* yang pada akhirnya menciptakan kesetiaan pada sebuah merek. Kesetiaan pada sebuah merek merupakan kesetiaan yang mencerminkan konsistensi yang dipegang teguh untuk melakukan pembelian kembali produk atau layanan yang diminati secara konsisten dimasa yang akan datang, dan melakukan pembelian berulang dengan merek yang sama. Selain itu pengertian kesetiaan merek juga dapat diartikan sebagai cara untuk menjaga hubungan dengan konsumen yang sudah ada dan meningkatkan kesetiaan konsumen sangat efektif bagi penyedia layanan seluler agar mendapatkan kelebihan yang lebih kompetitif. Didalam penelitian ini penulis menggunakan 7 sampel *smartphone* diantaranya, Oppo, Samsung, Apple, Vivo, Xiaomi, Huawei, Realme.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan membagikan kuesioner kepada responden yang ada di Kota Batam yang pakai merek *smartphone* yang sudah tertera pada pertanyaan di kuesioner. Pengumpulan data menggunakan pertanyaan skala *linkert*, dan pertanyaan disebarakan kepada seluruh pengguna *smartphone* yang ada dikota batam dengan jumlah responden sebanyak 302 responden. Pada penelitian ini penulis menggunakan sistem *SmartPLS* dalam membantu analisis data umum responden. Dalam studi ini terdapat variabel yang memiliki kaitan yang signifikan antara konfirmasi pada manfaat yang dirasakan, konfirmasi pada satisfaction, manfaat yang dirasakan terhadap kesetiaan merek. Pengaruh yang tidak signifikan diantaranya manfaat yang dirasakan dengan kepuasan, kepuasan terhadap kesetiaan merek.

Kata Kunci: konfirmasi, kepuasan, kesetiaan merek, manfaat yang dirasakan