

**PENGARUH NILAI KONSUMSI PRODUK DAN MANFAAT  
RELASIONAL TERHADAP KEPUASAN DALAM  
MEMBENTUK LOYALITAS MEREK PADA PENGGUNA  
SMARTPHONE SAMSUNG DI PULAU JAWA**



**SKRIPSI**

Disusun untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna  
Meraih Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

**Disusun Oleh:**

**BIDADARI YURITZA DESTILASILIKA**

**F1218014**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNVIERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2020**  
*computer user*

## ABSTRAK

# PENGARUH NILAI KONSUMSI PRODUK DAN MANFAAT RELASIONAL TERHADAP KEPUASAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS MEREK PADA PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG DI PULAU JAWA

**BIDADARI YURITZA DESILASILIKA**

**NIM. F1218014**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh nilai konsumsi produk dan manfaat relasional terhadap kepuasan dalam membentuk loyalitas merek pada smartphone merek Samsung di Pulau Jawa. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk menguji berdasarkan pengalaman responden tentang hubungan antara nilai konsumsi produk dan manfaat relasional terhadap kepuasan.

Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner secara online dan data yang diperoleh sebanyak 180 responden. Teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik *Structural Equation Modelling* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel nilai konsumsi produk dan manfaat relasional terhadap kepuasan, kepuasan terhadap loyalitas merek dan nilai konsumsi produk terhadap loyalitas merek. Namun variabel manfaat relasional terhadap loyalitas merek tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan.

**Kata kunci:** nilai konsumsi produk, manfaat relasional, kepuasan, loyalitas merek

*commit to user*

**ABSTRACT****THE EFFECT OF PRODUCT CONSUMPTION VALUE AND  
RELATIONAL BENEFITS ON SATISFACTION IN FORMING  
BRAND LOYALTY ON SAMSUNG SMARTPHONE USERS IN  
JAVA ISLAND****BIDADARI YURITZA DESILASILIKA****NIM. F1218014**

*This study aims to analyze the effect of product consumption value and relational benefits on satisfaction in forming brand loyalty on the Samsung smartphone brand in Java. In addition, this study also aims to test based on the experience of respondents about the relationship between the value of product consumption and the relational benefits of satisfaction.*

*The data collection technique was by distributing questionnaires online and the data obtained were 180 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The collected data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) techniques.*

*The results of this research show that there is a significant influence between the variable value of product consumption and relational benefits on satisfaction, satisfaction with brand loyalty and the value of product consumption on brand loyalty. However, the relational benefit variable on brand loyalty does not show a significant effect.*

**Key Words:** *Product consumption value, relational benefit, satisfaction, brand loyalty*

*commit to user*

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH NILAI KONSUMSI PRODUK DAN MANFAAT RELASIONAL TERHADAP PERILAKU PENGGANTIAN MEREK (STUDI KASUS PADA PENGGUNA SMARTPHONE MEREK SAMSUNG)**

Ditulis oleh mahasiswa: **BIDADARI YURITZA DESTILASILIKA (F1218014)**

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh dosen pembimbing.

Surakarta, Senin 25 Januari 2021



HARYANTO S.E., M.SI  
NIP: 197403092006041001

Form persetujuan digital ini dicetak dari laman <https://manajemen.feb.uns.ac.id>, digunakan sebagai bagian dari skripsi

*commit to user*

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH NILAI KONSUMSI PRODUK DAN MANFAAT RELASIONAL TERHADAP PERILAKU PENGGANTIAN MEREK (STUDI KASUS PADA PENGGUNA SMARTPHONE MEREK SAMSUNG)**

Atas nama mahasiswa: **BIDADARI YURITZA DESTILASILIKA (F1218014)**

Telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen oleh

1. KETUA TIM PENGUJI

DR. LILIK WAHYUDI S.E., M.SI  
198006032005011001



20 Januari 2021

2. PEMBIMBING

HARYANTO S.E., M.SI  
197403092006041001



25 Januari 2021

3. ANGGOTA PENGUJI

PRAM SURYANADI S.E., M.SI  
1974122420130201



07 Desember 2020

Mengetahui,  
Kepala Program Studi S1 Manajemen



Dr Atmaji, MM.  
NIP: 195905311985031004

Form pengesahan digital ini dicetak dari laman <https://manajemen.feb.uns.ac.id>, digunakan sebagai bagian dari skripsi

*commit to user*

## HALAMAN SURAT PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret:

Nama : Bidadari Yuritza Destilasilika  
NIM : F1218014  
Program Studi : S1 Manajemen (Transfer)  
Judul Skripsi : Pengaruh Nilai Konsumsi Produk dan Manfaat Relasional terhadap Kepuasan dalam Membentuk Loyalitas Merek pada Pengguna Smartphone Samsung Di Pulau Jawa

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Semarang, 29 Oktober 2020

Bidadari Yuritza Destilasilika  
NIM. F1218014

## HALAMAN MOTTO

MAN JADDA WAJADA

Siapa bersungguh-sungguh pasti berhasil

MAN SHABARA ZHAFIRA

Siapa yang bersabar pasti beruntung

MAN SARA ALA DARBI WASHALA

Siapa menapaki jalan-Nya pasti akan sampai tujuan



*commit to user*



## HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini ku persembahkan untuk:

Kedua orang tuaku tercinta, terima kasih atas doa, kasih sayang, dan semua dukungan yang diberikan

*commit to user*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur selalu penulis haturkan ke hadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dapat disusun dan diselesaikan. Shalawat dan salam tidak lupa akan selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi yang penulis buat dengan judul “Pengaruh Nilai Konsumsi Produk dan Manfaat Relasional terhadap Kepuasan dalam Membentuk Loyalitas Merek pada Pengguna *Smartphone* Samsung di Pulau Jawa” bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat akademik memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta. Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak oleh sebab itu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya.
2. Bapak Prof. Drs Djoko Suhardjanto, M. Com (Hons), Ph.D.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Dr. Atmaji, M.M. selaku Ketua Program Studi Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Bapak Haryanto, SE, MSi selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan pengarahan dengan sangat baik selama bimbingan.
5. Bapak Dr. Susanto Tirtoprojo M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasehat.
6. Bapak dan Ibu tersayang, Spto Kustadi dan Lisa Rachmalia yang telah merawat, membesarkan dan mendukung saya dengan penuh kasih sayang.
7. Adikku Arjuna Axellaudi yang selalu memberi semangat.
8. Teman terdekat Maulana NSH yang telah menemani dan memberi semangat selama pengerjaan skripsi
9. Teman teman seperjuangan Elita, Afri, Irma, Uzi.
10. Keluarga besar S1 Manajemen Transfer 2018. Terutama teman-teman seperjuangan konsentrasi Manajemen Pemasaran.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran pelaksanaan studi dan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, kritik dan saran terhadap segala kekurangan yang ada, sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak di kemudian hari.



Semarang, 1 November 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

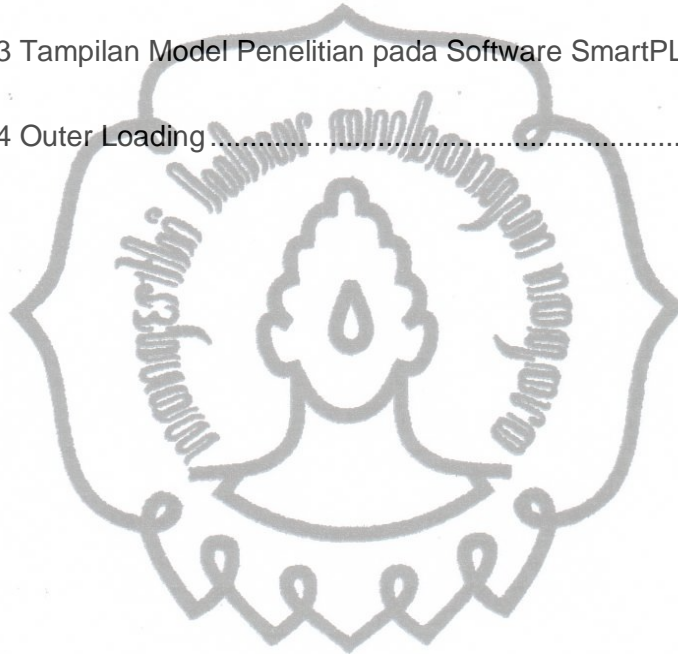
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN SURAT PERNYATAAN SKRIPSI .....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR GAMBAR .....	13
DAFTAR TABEL .....	14
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Loyalitas Merek.....	9
B. Kepuasan Konsumen.....	11
C. Faktor-Faktor yang Mendorong Kepuasan Konsumen .....	12
D. Produk .....	13
1. Pengertian Produk.....	13
2. Atribut Produk .....	15
E. Nilai Konsumsi Produk.....	19
F. Dimensi Nilai Konsumsi Produk.....	19
1. Nilai Fungsional .....	19
2. Nilai Emosional .....	20
3. Nilai Sosial .....	21
4. Nilai Epistemik .....	22
G. Manfaat Relasional .....	23
H. Dimensi Manfaat Relasional .....	23
1. Manfaat Fungsional .....	24
2. Manfaat Sosial .....	24

*commit to user*

3.	Manfaat Kepercayaan .....	25
4.	Manfaat Pelayanan Khusus.....	26
J.	Penelitian Terdahulu .....	27
K.	Hipotesis.....	29
1.	Pengaruh Nilai Konsumsi Produk dan Manfaat Relasional terhadap Kepuasan .....	29
2.	Pengaruh Nilai Konsumsi Produk dan Manfaat Relasional terhadap Loyalitas Merek .....	31
3.	Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Merek .....	32
L.	Kerangka Pemikiran.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>35</b>
A.	Ruang Lingkup Penelitian .....	35
B.	Populasi, Teknik Sampling Dan Sampel, Pelaksanaan Dan Sumber Data 35	
C.	Metode Pengumpulan Data .....	37
D.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
E.	Metode Analisis Data .....	41
F.	Metode Analisis Deskriptif.....	42
G.	Analisis Uji Instrumen.....	42
1.	Uji validitas.....	42
2.	Uji Reliabilitas .....	43
3.	Uji Asumsi SEM PLS .....	44
4.	Uji GoF (Goodnes of Fit) .....	45
5.	Uji Hipotesis .....	47
<b>BAB IV ANALISIS DAN BAHASAN .....</b>		<b>48</b>
A.	Obyek Penelitian .....	48
B.	Karakteristik Responden .....	49
C.	Statistik Deskriptif.....	51
D.	Pengujian Instrumen .....	63
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>77</b>
A.	Kesimpulan.....	77
B.	Implikasi Penelitian .....	78
C.	Keterbatasan Penelitian dan Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Indonesia Top 5 Smartphone Companies 2019.....	5
Gambar 2.1 Model Konseptual .....	34
Gambar 4. 1 Produk Brand Samsung .....	48
Gambar 4. 2 Diagram Profil Responden pengguna smartphone Samsung .....	49
Gambar 4. 3 Tampilan Model Penelitian pada Software SmartPLS 3.0.....	66
Gambar 4. 4 Outer Loading .....	68



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden .....	50
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Nilai Fungsional .....	52
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Nilai Emosional.....	53
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Nilai Sosial.....	54
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Nilai Epistemik.....	55
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Manfaat Fungsional.....	56
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Manfaat Sosial.....	57
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Manfaat Kepercayaan .....	58
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Manfaat Pelayanan Khusus .....	59
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Kepuasan .....	61
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Loyalitas Merek.....	62
Tabel 4. 12 Cronbach's Alpha .....	69
Tabel 4. 13 R Square dan AVE .....	70
Tabel 4. 14 Uji Bootstrapping .....	71