

ABSTRAK

Nurul Dianasari, 110810232, Pengaruh *Perceived Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Ponsel Merek Nokia, *Skripsi*, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya, 2013
xx + 92 halaman, 8 lampiran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh perceived quality terhadap kepuasan konsumen ponsel merek Nokia. Penelitian ini termasuk penelitian eksplanatif yang bertujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Variabel dalam penelitian ini adalah perceived quality (variabel X) dan kepuasan konsumen (variabel Y). Perceived quality adalah persepsi konsumen akan kualitas atau keunggulan suatu produk secara keseluruhan berkaitan dengan apa yang diharapkan konsumen. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang (senang atau kecewa) setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk dengan harapannya.

Variabel perceived quality diukur dengan menggunakan alat ukur yang dibuat sendiri oleh penulis berdasarkan teori yang diambil dari Aaker (1991). Sedangkan variabel kepuasan konsumen juga diukur dengan menggunakan alat ukur yang dibuat sendiri oleh penulis berdasarkan teori yang diambil dari Kotler (2000). Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS 16.0 for Windows. Penelitian ini dilakukan di beberapa tempat di Surabaya meliputi Nokia Care Center Plaza Marina Surabaya, Counter Handphone Terang Cell dan Universitas Airlangga. Jumlah konsumen Nokia yang digunakan sebagai subjek penelitian ini sebanyak 350 orang yang terdiri dari 187 orang laki-laki dan 163 orang perempuan.

Dari hasil analisis data penelitian ini diperoleh koefisien determinan (R^2) pengaruh perceived quality terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,126 dan nilai F sebesar 50,338 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel perceived quality mempengaruhi variabel kepuasan konsumen dan variabel perceived quality dapat memprediksikan variabel kepuasan konsumen sebesar 12,6%. Dari penelitian ini juga menghasilkan persamaan garis regresi linear yang menggambarkan hubungan antara variabel perceived quality (variabel X) terhadap variabel kepuasan konsumen (variabel Y) ponsel Nokia, yaitu: $Y = 40,339 + 0,748X$.

Kata Kunci: *perceived quality, kepuasan konsumen*
Daftar Pustaka, 46 (1990-2012)

ABSTRACT

Nurul Dianasari, 110810232, The Impact of Perceived Quality on Nokia Consumer Satisfaction, *Undergraduate Thesis*, Faculty of Psychology, Airlangga University Surabaya, 2013.
xx + 92 pages, 8 appendix.

The purpose of this research is to find the influence of perceived quality on Nokia consumer satisfaction. This research is an explanatory research which aim to find the influence of independence variable to dependent variable. The variable in this research are perceived quality (variable X) and consumer satisfaction (variable Y). Perceived quality is customer's perception of the overall quality or superiority of a product or service with respect to its intended purpose, relative to alternative. Consumer satisfaction is person's feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectations.

Perceived quality was measured by using measuring instrument made by author based on theory from Aaker (1991). Then for consumer satisfaction also was measured by using measuring instrument made by author based on theory from Kotler (2000). Data analysis was performed with simple linear regression statistical technique, using the help of statistical program SPSS 16.0 for Windows. This research was conduct in some places at Surabaya including Nokia Care Center Plaza Marina Surabaya, Counter Handphone Terang Cell and Airlangga University. This research used 350 people of 187 males and 163 females.

Based on result from data analyzed, the value of determinant coefficient (R^2) the influence of perceived quality on consumer satisfaction is 0,126 and F value is 50,338 with a significance level 0,000. This indicates that perceived quality affect consumer satisfaction and perceived quality variable can predict consumer satisfaction variable as much as 12,6%. Based on this study also produce a linear regression line equation that showed the relationship between perceived quality (variable X) on Nokia consumer satisfaction (variable Y) ,that is: $Y = 40,339 + 0,748X$.

Keyword: *perceived quality, consumer satisfaction*
References, 46 (1990-2012)