

ABSTRAKS

Oti Nur Safitri. 119910325. 2007. Fakultas Psikologi Universitas Airlangga. Hubungan antara *perceived quality* dengan loyalitas konsumen terhadap merek ponsel Nokia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel *perceived quality* dengan loyalitas konsumen terhadap merek ponsel Nokia.

Agar tujuan penelitian dapat tercapai, metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan variabel X (variabel bebas) dalam penelitian ini adalah *Perceived quality* dan variabel Y (variabel terikat) dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen terhadap merek ponsel Nokia.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan menggunakan skala Likert yang telah dimodifikasi. Hasil yang telah didapat dari data tersebut kemudian dianalisis dengan metode korelasi. Teknik korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment* melalui analisa program SPSS 12.0.

Berdasarkan hasil analisis data didapatkan hasil $r=0.634$, sehingga hipotesa nihil ditolak. Peneliti menyimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *perceived quality* dengan loyalitas konsumen terhadap merek ponsel Nokia.. Hubungan antara kedua variabel tersebut adalah positif. Hal ini mempunyai makna bahwa semakin tinggi *perceived quality* maka semakin tinggi pula loyalitasnya terhadap merek ponsel Nokia.

Disarankan untuk peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan teknik analisis data yang lebih lengkap, selain itu dapat menggabungkan antara metode kuantitatif dan kualitatif sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan kedalam populasi dan lebih representatif. *Keywords: Perceived quality dan Loyalitas konsumen terhadap merek.*