

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan menurunnya tingkat penjualan, pangsa pasar, dan ketidakpuasan pengguna Nokia di Indonesia pada tahun 2010 dengan menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan minat beli ulang.

Sampel pada penelitian ini berjumlah 96 orang yang diambil dari pengguna Nokia di Semarang yang saat ini menggunakan Nokia dan sudah pernah melakukan kunjungan ke Nokia Care Center Semarang.

Dengan menggunakan regresi 2 tahap melalui perangkat lunak SPSS *for windows*, didapatlah suatu hasil yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan minat beli ulang. Dari ketiga variabel independen, ditunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang paling besar. Oleh karena itu, implikasi yang disarankan dalam penelitian ini menghendaki Nokia untuk lebih memperbaiki kualitas pelayanan terlebih dahulu yang kemudian diikuti dengan perbaikan pada kualitas produk, sehingga tercipta kepuasan pelanggan yang tinggi dan minat beli ulang yang tinggi pula.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan minat beli ulang