

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan bisnis industri telekomunikasi dari waktu ke waktu yang semakin ketat, sehingga perusahaan harus membuat strategi pemasaran baru untuk mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih tinggi. Adapun yang menjadi masalah penelitian ini adalah “Apakah faktor kualitas produk, kualitas pelayanan, desain produk, harga dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk IM3 di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro?”. Penelitian ini mencoba mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan loyalitas pelanggan terhadap produk IM3 khususnya pada mahasiswa yang menggunakan produk IM3 di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh masing – masing variabel, kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), desain produk (X_3), dan harga (X_4) dan kepercayaan (X_5) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 orang responden pengguna produk IM3 di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro dengan menggunakan metode *purposive sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis lewat uji F dan uji t serta uji analisis koefisien determinasi (R^2). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,274 X_1 + 0,218 X_2 + 0,270 X_3 + 0,238 X_4 + 0,207 X_5$$

Hasil analisis mendapatkan bahwa kelima faktor kualitas produk, kualitas pelayanan, desain produk, harga dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa lima variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen loyalitas pelanggan. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, desain produk, harga, dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara bersama-sama dalam loyalitas pelanggan. Angka *Adjusted R square* sebesar 0,532 menunjukkan bahwa 53,2 persen variasi loyalitas pelanggan bisa dijelaskan oleh kelima variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 46,8 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar kelima variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, desain produk, harga, kepercayaan, loyalitas pelanggan