

ABSTRAK

Wiwik Fikriyah. 2014. Skripsi. Judul: “Pengaruh Atribut Produk Handphone Samsung Android Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Baru Fakultas Ekonomi Angkatan Tahun 2013 Ma’had Putri Sunan Ampel Al-Ali UIN Malang)”.

Pembimbing: Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag

Kata Kunci: Atribut Produk, Kepuasan Pelanggan

Samsung merupakan perusahaan pembuat perangkat elektronika terbesar di dunia, dan berkantor pusat di Seocho Samsung Town di Seoul, Korea Selatan. Perusahaan ini merupakan ikon dari Samsung Group, yang merupakan konglomerasi terbesar di Korea Selatan. Perkembangan *handphone* Samsung pada saat ini yang berkembang pesat adalah Samsung android. Bahkan popularitas *handphone* Samsung mengalahkan Apple iPhone.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengkaji pengaruh secara simultan, parsial dan dominan atribut produk yang meliputi Harga, Ketersediaan Produk, Merek, Harga Jual Kembali, Ketersediaan Suku Cadang, dan Layanan Setelah Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan *handphone* Samsung android pada Mahasiswa Baru Fakultas Ekonomi Angkatan 2013 Ma’had Putrid Sunan Ampel Al-Ali UIN Malang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini, yang menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa baru Fakultas Ekonomi pengguna *handphone* android Samsung. Karena jumlah populasi telah diketahui secara pasti sebesar 122 responden, maka besarnya sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sehingga sampel yang digunakan sebesar 55 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil pengujian menggunakan regresi berganda dengan uji F dan uji t menghasilkan kesimpulan bahwa keenam variabel bebas secara bersama-sama dan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini terlihat dari nilai signifikan uji F yang menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel-nya. Dan dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel-nya. Diantara keenam variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel ketersediaan produk adalah variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan.