

## INTISARI

Seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia dan perkembangan teknologi saat ini, kebutuhan masyarakat akan ponsel juga semakin berkembang. Perkembangan jumlah merek ponsel yang dipasarkan di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini membuat persaingan merek industri ponsel semakin ketat. Nokia sebagai pemimpin pasar ponsel di Indonesia berusaha untuk menciptakan loyalitas merek yang tinggi agar dapat selalu mempertahankan posisinya di pasar.

Berdasarkan penelitian Alida Palilati pada tahun 2007, diketahui bahwa penciptaan loyalitas dipengaruhi oleh kepuasan, dimana loyalitas tersebut juga dipengaruhi oleh penciptaan nilai pelanggan dan kepuasan tersebut dipengaruhi oleh penciptaan nilai pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek serta menguji pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas merek pada ponsel Nokia berdasarkan persepsi konsumen di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan teknik *structural equation modeling* (SEM) melalui program AMOS. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 200 responden dengan metode pengambilan sampel *non probability sampling* dan teknik pengambilan sampelnya adalah *judgemental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penciptaan loyalitas merek dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh nilai pelanggan. Tidak ada pengaruh antara nilai pelanggan dengan loyalitas merek

Kata Kunci: nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, loyalitas merek

## **ABSTRACT**

*Along with growth amount of resident in Indonesia and technology development these day, peoples requirement of cellphone also progressively expand. The amount of cellphones brand in the market improved from year to year. This makes competition in cellphones industry become tighter. Nokia as market leader in cellphones industry at Indonesia try to create high brand loyalty in order to always maintain their position in the market.*

*Based on Alida Palilati research in year 2007, known that the creation of loyalty influenced by satisfaction, where loyalty itself also influenced by the creation of customer value and satisfaction influenced by the creation of customer value. The purpose of this research is to examine customer value influenced to customer satisfaction, examine customer satisfaction influenced to brand loyalty also examine customer value influenced to brand loyalty on Nokia cellphone based on customer perception in Surabaya.*

*These research using structural equation modeling technique through AMOS program. Amount of sample that been used is 200 respondents with non probability sampling as sample interpretation method and judgement sampling as sample interpretation technique. Result of research indicate that creation of brand loyalty influenced by customer satisfaction where customer satisfaction influenced by customer value. There is no influence between customer value with brand loyalty.*

*Keyword : customer value, customer satisfaction, brand loyalty*