



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

Analisis kepuasan konsumen telepon seluler merek Nokia :: Kasus pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta  
ANONDO, Ir. Hilman Najib, **INTISARI**  
Universitas Gadjah Mada, 2003 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

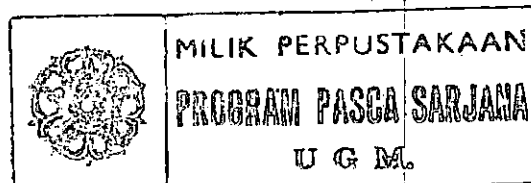
Kepuasan konsumen merupakan issue sentral bagi perusahaan di Indonesia. Dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen, setiap perusahaan harus terus berupaya memperbaiki kualitas produknya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan berpengaruh pada perilaku konsumen selanjutnya. Apabila puas maka konsumen akan mengulangi pembelian atau memberikan referensi yang baik kepada orang lain untuk membeli produk tersebut.

Tujuan yang ingin dicapai adalah menganalisis tingkat kepuasan konsumen telepon seluler merek Nokia (dalam hal ini mahasiswa) di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel secara *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden yang merupakan mahasiswa (Diploma, S1 dan S2) yang sedang atau pernah menggunakan ponsel merek Nokia serta berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Analisis yang digunakan adalah Analisis Indeks Kepuasan Konsumen dan Analisis Mean Importance Performance.

Dari hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa kinerja atribut yang ada pada ponsel merek Nokia belum mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Atribut yang dimaksud adalah: mudah penggunaannya, disain dan model yang menarik, kecanggihan/kelengkapan *feature*, nilai jual kembali, harga, aksesori lengkap, *sparepart*, ukuran ponsel yang kecil, kualitas suara, ringan, baterai, antena dalam, sinyal, garansi resmi Nokia, layar lebar, kehandalan. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan Indeks kepuasan konsumen yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh hanya masuk pada klasifikasi sedang.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Kinerja, Kepentingan dan Harapan.



Customer satisfaction is a central issue for some companies in Indonesia. In order to achieve an excellent level of customer satisfaction, companies need to improve their product quality continuously. The satisfaction or dissatisfaction of the product will influence the customer behavior. If they satisfied, they will continue to buy again or give references to others to buy the product.

The objective of this research is to analyze customer satisfaction level of Nokia mobile phones (in this case college student) in Daerah Istimewa Yogyakarta.

This research is done by taking the purposive sampling with 100 respondent of college student (Diploma, S1, and S2) who is using or ever used Nokia mobile phones and located in Daerah Istimewa Yogyakarta.

Data analysis is using Customer Satisfaction Index Analysis and Mean Importance-Performance Analysis.

From the analysis and discussions, it could be conclude that performance of the Nokia mobile phones attributes can't fulfill the expectation of the customer. The attributes are: user friendly/user interface, good design and model, the complete features, resale value, price, the complete accessories, spareparts, small size, sound quality, light, battery, internal antenna, signal quality, Nokia original guarantee, wide display, tough product. It is shown by the customer satisfaction index analysis indicates that the satisfaction level is on medium level (neither satisfied nor dissatisfied).

Keywords: Customer Satisfaction, Performance, Importance, and Expectation.