

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PONSEL NOKIA
DI PT.GLOBAL TEleshop SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen



Diajukan oleh :

RENDRA NUR SUHARTANTA

0812010154 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2012

USULAN PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PONSEL NOKIA
DI PT.GLOBAL TEleshop SURABAYA

Yang diajukan Oleh :

RENDRA NUR SUHARANTA
0812010154/FE/EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh :

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Malicha
NIP : 030181692

Tanggal :

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP : 19650907199103100

USULAN PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PONSEL NOKIA
DI PT.GLOBAL TEleshop SURABAYA

Yang diajukan oleh :

RENDRA NUR SUHARANTA
0812010154/FE/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh :

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Malicha
NIP : 030181692

Tanggal :

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP : 19650907199103100

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PONSEL NOKIA
DI PT.GLOBAL TELESHOP SURABAYA

Yang diajukan oleh :

RENDRA NUR SUHARANTA
0812010154/FE/EM

Disetujui untuk ujian skripsi oleh :

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Malicha
NIP : 030181692

Tanggal :

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur.MM
NIP : 196309241989031001

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah - nya yang diberikan kepada penyusun sehingga skripsi yang berjudul : “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PONSEL NOKIA DI PT.GLOBAL TELESHOP SURABAYA”.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, petunjuk serta bantuan baik spiritual maupun material, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Malicha, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Para Dosen dan asistennya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Kepada kedua orang tuaku beserta adik ku yang telah memberikan dukungan baik moral ataupun material.

7. Berbagai pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat disusun sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah disusun dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat berharap saran dan kritik membangun dari pembaca dan pihak lain.

Akhir kata, Penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Desember 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAKSI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. PengertianPemasaran.....	13
2.2.2. BauranPemasaran	17
2.2.2.1. Kualitas Produk.....	19
2.2.2.2. Harga.....	22
2.2.2.3. Promosi.....	24
2.2.2.4. Distribusi	26

2.2.3. Proses Keputusan Beli.....	30
2.2.4. Minat Beli Ulang	32
2.2.5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	35
2.2.6. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang	35
2.3. Karangka Konseptual.....	37
2.4. Hipotesis Penelitian	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	38
3.1.1. Variabel Penelitian	38
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	40
3.2. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	41
3.3. Jenis Data Dan Sumber Data.....	42
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5. Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis.....	43
3.6. Asumsi Model (Structural Equation Modeling)	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	55
4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	55
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	56
4.2.1. Gambaran Umum Keadaan Responden.....	56
4.2.2. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1)	60
4.2.3. Deskripsi Variabel Harga (X2)	62
4.2.4. Deskripsi Variabel Minat Beli ulang (Y)	63

4.3. Diskripsi Hasil Analisis Dan Uji Hipotesis	65
4.3.1. Uji Normalitas Selebaran Dan Linieritas	65
4.3.2. Evaluasi Atas Outlier	66
4.3.3. Deteksi Multicollinierity dan Singularity	67
4.3.4. Uji Validitas Dan Reliabilitas	67
4.3.5. Pengujian Model Dengan One-Step Approach	71
4.3.6. Pengujian Hipotesis Dan Hubungan Kausal	74
4.4. Pembahasan	75
4.4.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang	76
4.4.2. Pengaruh Harga Terhadap Minat beli Ulang	76
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	78
5.2. Saran	78
 DAFTAR PUSTAKA	 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Tahap – tahap Pengambilan Keputusan	30
Gambar 2.2 : Kerangka Konseptual	37
Gambar 3.1 : Model Pengukuran	44
Gambar 4.1. Model Pengukuran Kausalitas One Step Approach.....	72
Gambar 4.2. Model Pengukuran Kausalitas One Step Approach Modificatio	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Peringkat Penjualan Ponsel PT.Global Teleshop Surabaya 2009 – 2011	6
Tabel 1.2. Data Penjualan Ponsel PT.Global Teleshop Surabaya 2009 – 2011	8
Tabel 3.1. Goodness of Fit Indices	53
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.5. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Kualitas Produk	60
Tabel 4.6. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Harga	62
Tabel 4.7. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Minat Pembelian Ulang	63
Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.9. Hasil Pengujian Outlier Multivariate	66
Tabel 4.10. Faktor Loading dan Konstruk dengan Confirmatory Factor Analysis	68
Tabel_4.11. Pengujian Reliability Consistency Internal	69
Tabel_4.12. Construct Reliability & Variance Extrated	71
Tabel_4.13. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices	73
Tabel 4.14. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices	74
<u>Tabel</u> 4.15. Hasil Pengujian Kausalitas	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	82
Lampiran 2 Rekaputilasi Hasil Penyebaran Kuesioner	87
Lampiran 3 Hasil Olah Data	90

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PONSEL NOKIA DI PT.GLOBAL TEleshop SURABAYA

Abstraksi

Minat beli ulang konsumen merupakan aset berharga bagi perusahaan, agar perusahaan dapat memenangkan persaingan maka perusahaan harus meningkatkan minat beli ulang konsumen. Sangat penting pula mempertahankan kualitas produk dan harga, karena kualitas produk yang baik begitu juga penetapan harga yang baik merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan untuk mempertahankan konsumennya. Karena semakin tinggi kualitas produk dan harga yang diterima konsumen maka semakin tinggi minat beli ulang konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang pada ponsel Nokia.

Populasi dalam penelitian ini adalah pada seluruh konsumen yang pernah membeli dan memakai ponsel Nokia di PT.Global Teleshop Surabaya. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling (pengambilan sampel secara kebetulan). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM).

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis SEM, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Faktor kualitas produk berpengaruh positif terhadap faktor minat beli ulang, dapat diterima (signifikan positif). Faktor harga berpengaruh positif terhadap faktor minat beli ulang, dapat diterima (signifikan positif).

Keywords : Kualitas Produk, Harga, Minat Beli Ulang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Globalisasi semakin terlihat jelas dengan adanya berbagai perubahan di segala bidang kearah yang semakin modern. Komunikasi dan informasi merupakan bidang yang terlihat jelas perkembangannya, terutama dalam hal teknologi yang digunakan di dalamnya. Sepuluh tahun yang lalu, dunia belum mengenal ponsel pintar atau yang sekarang disebut dengan istilah smartphone, namun hanya mengenal istilah telepon.

Perkembangan teknologi di bidang komunikasi dan informasi mulai terlihat sejak telepon yang berkembang menjadi telepon seluler yang dapat dibawa oleh penggunanya kemana saja dan di mana saja. Kepraktisan dalam hal penggunaan pada telepon seluler itulah yang kemudian menjadikan alat komunikasi tersebut lebih disukai oleh banyak orang dari pada telepon biasa dan sejak saat itu pula bermunculan perusahaan-perusahaan yang mulai menciptakan telepon seluler. Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar menjadi pasar yang sangat potensial bagi perusahaan-perusahaan untuk memasarkan produk - produk perusahaan tersebut. Perusahaan dalam negeri maupun perusahaan asing berusaha mendirikan usaha bisnis dan menciptakan jenis - jenis produk yang nantinya akan disukai oleh calon pelanggan.

Menurut Hermawan (2004), ketika pasar keluar dari monopoli karena adanya pesaing yang masuk, maka pelanggan tidak hanya mempunyai kebutuhan dan keinginan tetapi mereka sudah mulai membangun harapan dalam benak mereka. Dan Hermawan (2004) mengatakan bahwa teknologi yang menjadi pemenang dan berkembang pesat adalah teknologi yang melayani dan mengakomodasi manusia secara keseluruhan. Bukan sekedar teknologi canggih yang diciptakan untuk “kecanggihan itu sendiri”. Perkembangan pasar perusahaan penyedia alat komunikasi (teleponselular) di Indonesia tumbuh semakin pesat bersamaan dengan tumbuhnya pasar permintaan akan telekomunikasi.

Dinamika persaingan bisnis di dunia telekomunikasi yang semakin ketat antara berbagai kegiatan dalam menghasilkan dan menjual produknya, memberikan pengaruh terhadap pandangan bahwa perusahaan harus memberitahukan dan memperkenalkan produknya agar konsumen terdorong untuk membeli produk perusahaan yang merekapromosikan. Pemimpin dalam komunikasi mobile di Asia Pasifik, Nokia pertama kali beroperasi pada awal tahun 1980. Sejak berdiri telah berhasil memimpin di pasaran, dan bisnis telah berkembang di semua Negara untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan perkembangan industry telekomunikasi di negara tersebut. Berlokasi di Alexandra Technopark di Singapura, kantor regional Nokia adalah basis dari 700 staf pekerja profesional yang menjadi pelopor dalam inovasi teknologi,

produk dan solusi bisnis untuk 20 pasar yang berbeda dan semua kantor Nokia di wilayah Asia-Pasifik. Pusat perbendaharaan regional Nokia – Nokia beroperasi di luar Singapura sebagai in - house bank untuk cabang - cabang Nokia di wilayah Asia Pasifik, sedangkan Nokia Research Centre - unit penelitian perusahaan berkantor di Jepang dan Cina.

Perkembangan Telekomunikasi di Indonesia memiliki dampak pengaruh yang cukup signifikan terhadap penggunaan teknologi komunikasi di Indonesia. Perkembangan ini diikuti dengan semakin banyaknya produsen alat telekomunikasi yang terus mengembangkan brandnya di Indonesia dengan berbagai tipe dan keunggulannya masing-masing. Jumlah penduduk yang terus bertambah menyebabkan pengguna teknologi komunikasi semakin meningkat dan melatar belakangi pesatnya pertumbuhan bisnis ritel telekomunikasi. Global Teleshop merupakan salah satu jaringan Ritel Telekomunikasi terbesar di Indonesia yang menyediakan produk Multi Brand dalam suasana yang nyaman bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan teknologi komunikasinya.

Global Teleshop sebagai jaringan ritel yang dipercaya oleh Brand Telekomunikasi terkemuka :

- Untuk menjalankan branded outlet mereka, seperti: Samsung Store, LGStore Nokia Store.

- Sebagai jaringan ritel telekomunikasi yang dipercaya untuk memegang lisensi Apple Premium Reseller (APR).
- Sebagai jaringan rite ltelekomunikasi yang dipercaya oleh Research In Motion (RIM) untuk membuka Blackberry Lifestyle Store pertama di Indonesia.
- Sebagai The Best Organized Retailer dari Samsung Mobile, pada tahun 2011.
- Sebagai bukti kehadiran yang kuat dalam benak konsumen, GlobalTeleshop diberi penghargaan merek bergengsi oleh Superbrands 2012 sebagai pilihan konsumen untuk memenuhi kebutuhan teknologi komunikasi.

Visi dan Misi Global Teleshop adalah menjadi pilihan pertama bagi konsumen untuk mendapatkan produk-produk telekomunikasi/gadget yang berkualitas dan bernilai Global Teleshop awalnya didirikan pada tahun 1990 dan terus berkembang, pada tahun 1997 ditunjuk sebagai distributorship Nokia yang memiliki jaringan retail selular. Tahun 2003 sebagai Authorized Dealer Telkom Group (Telkomsel dan Telkom Flexy). Tahun 2010 membuka ritel Global Teleshop dengan produk Multi Brand.Sampai saat ini Global Teleshop telah memiliki 182 outlet Global Teleshop, 8 outlet Nokia Branded Retail, 24 Outlet Nokia Care Center (NCC), 6 outlet LG Mobile Showroom and Service Centre (LMSSC), 10 Outlet Gerai Halo, 2 Outlet Samsung

Mobile Plaza, 22 outlet Global Apple (Global Apple Premium Reseller) dan 1 BlackBerry Lifestyle Store.

Dimana saat ini posisi Nokia yang menjadi pemimpin pasar mulai terancam dengan vendor - vendor yang sedang berkembang pesat yakni seperti Iphone Apple dan Blackberry RIM (Research In Motion), Samsung yang berbekal sistem operasi yang lebih baru dan mutakhir mulai menggeser Nokia yang sudah tua. Selain itu, para kompetitor - kompetitor yang lain pun semakin aktif dengan cara melakukan promosi di berbagai macam media, seperti televisi, radio, majalah, koran, dan sebagainya untuk meraih pangsa pasar yang maksimal. Apabila kita bandingkan Nokia dengan para kompetitor – kompetitor lamanya, seperti LG, Sony Ericsson, dan lain sebagainya. Memang Nokia masih menjadi pemimpin di dunia telepon selular. Akan tetapi, dalam tiga tahun terakhir ini Nokia mengalami penurunan peringkat penjualan.

Berikut ini adalah data peringkat penjualan ponsel Nokia di Global Teleshop di Surabaya :

Tabel 1.1

PERINGKAT PENJUALAN PONSEL PT.GLOBAL TELESHP SURABAYA
TAHUN 2009 – 2011

PERINGKAT	TAHUN		
	2009	2010	2011
1	NOKIA	BLACKBERRY	BLACKBERRY
2	BLACKBERRY	NOKIA	SAMSUNG
3	SONY ERICSSON	SAMSUNG	NOKIA
4	SAMSUNG	SONY ERICSSON	APPLE
5	APPLE	APPLE	SONY ERICSSON
6	LG	LG	LG

Sumber : Global Teleshop Surabaya

Fenomena yang ada dalam penelitian ini adalah adanya penurunan peringkat penjualan ponsel Nokia di suatu wilayah. Peringkat penjualan merupakan bentuk rill dari minat beli ulang konsumen. Sehingga penurunan peringkat penjualan Nokia dapat digunakan sebagai indikator dari minat beli ulang. Menurunnya minat beli ulang konsumen ini disebabkan oleh fitur - fitur yang dimiliki ponsel Nokia kurang baik, jika dibandingkan dengan para pesaing utamanya yaitu Samsung dan Blackberry yang mempunyai segala

macam fitur yang lebih modern. Jika Nokia mampu memberikan kualitas produk yang sesuai harapan konsumen, maka minat beli ulang semakin tinggi Bitner (2000), Holm (2005) dan Bei and Chian (2001).

Menurunnya minat beli ulang konsumen juga disebabkan oleh faktor harga. Dimana harga yang ditetapkan oleh ponsel Nokia tidak sesuai dengan kualitas yang dimiliki ponsel Nokia. Jika Nokia mampu menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produknya, maka konsumen akan melakukan minat beli ulang terhadap produk Nokia. (Farisa, 2003 : 74).

Minat beli ulang konsumen merupakan aset berharga bagi perusahaan, agar perusahaan dapat memenangkan persaingan maka perusahaan harus meningkatkan minat beli ulang konsumen. Turunnya peringkat penjualan Nokia di PT.Global Teleshop Surabaya secara langsung memberikan dampak yang negatif terhadap volume penjualan ponsel Nokia. Hal ini bisa dilihat dari data penjualan ponsel di PT.Global Teleshop Surabaya :

Tabel 1.2

DATA PENJUALAN PONSEL PT.GLOBAL TEleshop SURABAYA
TAHUN 2009 – 2011

NO	MEREK PONSEL	JUMLAH PENJUALAN		
		2009	2010	2011
1	NOKIA	Rp 3,703,850,000	Rp 3,320,000,000	Rp 2,675,000,000
2	BLACKBERRY	Rp 2,950,000,000	Rp 3,454,750,000	Rp 3,518,500,000
3	SAMSUNG	Rp 2,582,500,000	Rp 2,736,150,000	Rp 3,345,000,000
4	APPLE	Rp 1,464,547,000	Rp 1,745,500,000	Rp 2,248,555,000
5	SONY ERICSSON	Rp 2,890,500,000	Rp 2,272,450,000	Rp 1,574,500,000
6	LG	Rp 750,000,000	Rp 602,000,000	Rp 300,650,000

Sumber : Global Teleshop Surabaya

Dari tabel 1.1 dapat kita lihat bahwa peringkat penjualan sang pemimpin pasar di dalam bidang telepon selular, Nokia pada tahun 2009 masih tetap berada diposisi puncak di Global Teleshop Surabaya. Akan tetapi, posisi puncak yang diduduki oleh Nokia itu tidak berlangsung untuk tahun berikutnya. Pada tahun 2010 jumlah penjualan Nokia di Global Teleshop Surabaya mengalami penurunan, sehingga menempati peringkat kedua dalam daftar peringkat ponsel di Gobal Teleshop Surabaya.

Penurunan jumlah Nokia ini disebabkan oleh adanya pendatang baru didalam dunia usaha telepon selular seperti Blackberry. Blackberry yang mempunyai kualitas produk yang lebih baik dari pada Nokia diantaranya bisa digunakan untuk BBM (blackberry messenger) antar pengguna blackberry dan didukung dengan harga yang terjangkau yang tidak dipunyai oleh Nokia. Disitulah Blackberry yang di naungi oleh perusahaan RIM (Research In Motion) mengambil sebagian pangsa pasar yang dimiliki oleh Nokia.

Penurunan pangsa pasar Nokia berlanjut pada tahun 2011, kali ini Nokia mengalami penurunan sangat signifikan. yaitu turun dua peringkat dari peringkat awal, yaitu tahun 2009. Hal ini jelas mengakibatkan dampak yang negatif pada Nokia. Kali ini Blackberry tetap yang memimpin pangsa pasar pada penjualan ponsel di PT.Global Teleshop Surabaya. Hal ini juga disebabkan oleh merek ponsel Samsung yang mengeluarkan ponsel dengan menggunakan sistem berbasis Android dengan harga yang sangat terjangkau dan di dukung dengan kualitas produk yang bagus. Semuanya dilakukan oleh produsen ponsel ternama semata – mata hanya untuk meraih pangsa pasar agar semua konsumen memakai produknya

Berdasar uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada produk ponsel Nokia. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul :“Analisis Pengaruh Kualitas Produk

dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Ponsel Nokia di PT.Global Teleshop Surabaya”.

1.2. Rumusan Masalah

Dari masalah penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada ponsel Nokia di PT.Global Teleshop Surabaya ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada ponsel Nokia di PT.Global Teleshop Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen pada ponsel Nokia.
2. Pengaruh harga terhadap minat beli ulang konsumen pada ponsel Nokia.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan memberi kegunaan sebagai berikut :

Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi manajemen untuk menentukan langkah – langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan dengan memperhatikan faktor kualitas produk dan harga yang dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen terhadap suatu produk.