

**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BRAND LOYALTY*
TERHADAP *SMARTPHONE* PADA GENERASI Y”**

SKRIPSI



OLEH:

TIRTA ANGELA

NRP. 7103011022

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BRAND LOYALTY*
TERHADAP *SMARTPHONE* PADA GENERASI Y”**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Psikologi



OLEH:

TIRTA ANGELA

NRP. 7103011022

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

SURAT PERNYATAAN

Bersama ini, saya

Nama : Tirta Angela

NRP : 7103011022

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa hasil skripsi yang berjudul :

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Brand loyalty* terhadap *Smartphone* pada Generasi Y

benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti bahwa skripsi tersebut ternyata merupakan hasil plagiat dan/atau hasil manipulasi data, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan kelulusan dan/atau pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh, serta menyampaikan permohonan maaf pada pihak-pihak yang terkait.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 2 Desember 2014

Yang membuat pernyataan,



Tirta Angela

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BRAND LOYALTY*
TERHADAP *SMARTPHONE* PADA GENERASI Y

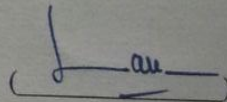
Oleh :

TIRTA ANGELA

NRP 7103011022

Telah dibaca, disetujui dan diterima untuk diajukan ke tim penguji
skripsi

Pembimbing Utama : Dr. Nurlaila Effendy, M.Si



Surabaya, 2 Desember 2014

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya :

Nama : Tirta Angela

NRP : 7103011022

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya :

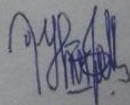
“Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Brand Loyalty* terhadap *Smartphone* pada Generasi Y”

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademis sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya dibuat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 Desember 2014

Yang membuat pernyataan,



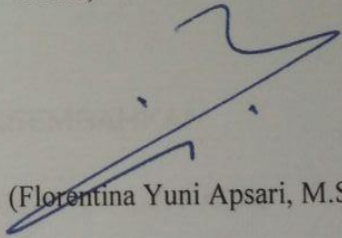
Tirta Angela

HALAMAN PENGESAHAN

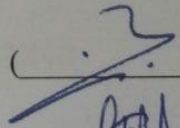
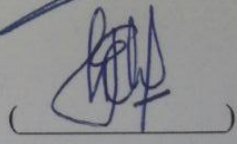
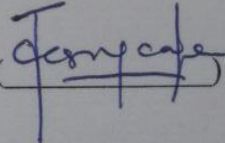
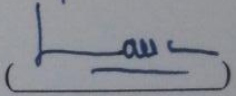
Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Psikologi

pada tanggal 8 Desember 2014

Mengesahkan,
Fakultas Psikologi,
Dekan,


(Florentina Yuni Apsari, M.Si., Psi)

Dewan Penguji :

1. Ketua : Florentina Yuni Apsari, M.Si., Psi. ()
2. Sekretaris : Herlina Subandriyo, M.Psi., Psi. ()
3. Anggota : Yessyca Diana Gabrielle, M.Psi., Psi. ()
4. Anggota : Dr. Nurlaila Effendy, M.Si. ()

SKRIPSI INI DIPERSEMBAHKAN
BAGI MEREKA YANG BERFOKUS PADA
PSIKOLOGI INDUSTRI ORGANISASI
NAMUN MENYUKAI DUNIA MARKETING

*Apapun juga yang kamu perbuat,
Perbuatlah dengan segenap hatimu
seperti untuk Tuhan
dan bukan untuk manusia
(Kolose 3:23)*

Iman tanpa perbuatan adalah mati.

Sama halnya berharap tanpa berusaha adalah nol.

Berdoa dan berkerja.

ORA et LABORA

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur peneliti ungkapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, Yesus Kristus sebagai juru selamat peneliti, karena atas kasih karunia dan penyertaanNya peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang berperan penting dalam perjalanan peneliti menyelesaikan skripsi ini.

1. **Papa**, terima kasih sudah berjuang untuk membiayai kehidupan peneliti selama ini. Terima kasih atas segala dukungan materi dan doa. Peneliti tidak dapat membalas perjuangan dan kasih papa. Peneliti hanya mampu berjuang untuk dapat membanggakan papa dengan modal pendidikan yang sudah papa berikan.
2. **Mama** seorang yang dengan setia terus mendorong dan mendoakan peneliti untuk cepat dalam menyelesaikan skripsi ini. Meskipun terkadang terkesan memaksa, tapi terima kasih, paksaan mama yang membuat peneliti berjuang untuk dapat menyelesaikan skripsi. Terima kasih atas pembimbingan dan perjuangan yang mama lakukan untuk peneliti.
3. **Oon**, kakak peneliti yang meskipun cuek dan sering berdebat dengan peneliti, namun tetap menjadi satu-satunya kakak di dunia ini. Terima kasih karena beberapa kali telah mentraktir peneliti makan dan berusaha untuk mengalah kepada peneliti. Terima kasih.
4. **Andre**, seseorang yang spesial bagi peneliti dan yang dikirim tepat pada waktuNya. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungan selama proses pembuatan skripsi. Terima kasih atas dukungan doa dan pengajaran profesionalitas kepada peneliti, serta usaha untuk

membuat peneliti tetap semangat di saat keterpurukan dan tenang di saat genting. *Love you.*

5. **Bu Laila** selaku dosen pembimbing, pendamping akademik selama periode terakhir, dan dosen favorit peneliti. Terima kasih atas bimbingan yang ibu lakukan kepada peneliti. Terima kasih atas pengajaran untuk menjadikan peneliti dan teman-teman sebagai seorang yang lebih positif. Kata-kata positif yang ibu katakan setiap melakukan bimbingan menjadi dukungan yang sangat berarti bagi peneliti. Terima kasih Bu Laila.
6. **Bu Desak** selaku pembimbing akademik tengah periode peneliti. Terima kasih atas bimbingan dan dukungan yang ibu berikan selama proses perkuliahan. Terima kasih Bu Desak.
7. **Bu Yuni** sebagai dekan terhebat selama perkuliahan peneliti. Terima kasih telah membimbing dan memproses para mahasiswa menjadi seorang yang jauh lebih baik. Terima kasih Bu Yuni.
8. **Informan T, D, V, N, serta bagian yang tergabung dalam pencarian informan penelitian.** Terima kasih atas bantuan dan kesediaannya untuk meluangkan waktu membantu penyelesaian skripsi ini. Kalian adalah informan dan teman terbaik dalam proses skripsi ini.
9. **Dosen Fakultas Psikologi,** Bu Yessyca, Pak Danto, Pak Bagus, Pak Jaka, Bu Ely, Bu Lina, Bu Erlyn, Bu Lina, dan semua dosen lain yang tidak dapat peneliti sebutkan. Terima kasih atas segala bimbingan dan pengajaran yang telah bapak dan ibu berikan kepada peneliti. Terima kasih bapak dan ibu telah mengizinkan peneliti untuk berproses secara lebih selama proses kuliah.

10. **Mbak Lilis, Mbak Eva, Mbak Wati, dan Mas Heru**, terima kasih atas segala dukungan dan keceriaan yang telah mbak dan mas berikan. Terima kasih atas segala informasi yang diberikan kepada peneliti bahkan di saat genting. Terima kasih telah menyambut saya dan teman-teman sebagai keluarga dalam Fakultas Psikologi.
11. **Sableng Group**, terima kasih Odi, Aling, Suhar, Tejo, Detris, Eii, Valdy, Olip, Ko Pau, Ko Nico, Ko Sof, Ko Joe. Terima kasih sudah menemani sejak semester-semester awal. Terima kasih telah mendukung, meskipun dengan cara yang sableng. Suatu saat kita akan bertemu dengan keadaan sukses masing-masing.
12. **Teman-teman PIO angkatan 2011**. Terima kasih karena kita telah menjadi satu keluarga, meskipun dengan alasan utama jumlah fokus industri sedikit. Terima kasih Vivin, dan semua teman lainnya yang sudah berjuang bersama melewati mata kuliah bidang minat dengan segala tangisan air mata. Terima kasih atas kerja sama dan pengertian satu sama lain. Suatu saat kita akan bertemu dengan kesuksesan masing-masing. Terima kasih.
13. **Keluarga Enen n the gank** yang menjadi keluarga terbaik peneliti. Terima kasih atas dukungan yang diberikan selama kehidupan peneliti, khususnya dalam proses perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini. Terima kasih.
14. **Teman-teman GBT Kristus Gembalaku** yang senantiasa memotivasi peneliti dengan pertanyaan "*Kapan selesai skripsi?*". Pertanyaan singkat namun membuat motivasi meningkat. Terima kasih atas segala dukungan doa dan dukungan dalam hal lain yang telah teman-teman berikan. Sukses untuk setiap kita.

DAFTAR ISI

	Halaman
Surat Pernyataan	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Persetujuan Publikasi	iii
Halaman Pengesahan	iv
Persemabahan dan Motto.....	v
Ucapan Terima Kasih	vii
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Bagan.....	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
Abstrak	xv
Abstrak Bahasa Inggris.....	xvi
 BAB I. PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	 11
2.1. Kajian Literatur Seputar Fenomena Generasi Y dengan Perkembangan <i>smartphone</i>	11
2.2. Kajian Konsep Seputar <i>Brand Loyalty</i>	15
2.3. <i>Brand Loyalty</i> Terhadap <i>Smartphone</i> pada Generasi Y.....	22

BAB III. METODE PENELITIAN	26
3.1. Pendekatan Dalam Penelitian	26
3.2. Subjek Penelitian	27
3.2.1. Karakteristik Subjek Penelitian.....	27
3.2.2. Cara Mendapatkan Informan	28
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4. Teknik Analisis Data	31
3.5. Validitas Penelitian.....	32
3.6. Etika Penelitian.....	34
 BAB IV. PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	 36
4.1. Persiapan Pengambilan Data	36
4.1.1. Peneliti	36
4.1.2. Perijinan Penelitian	37
4.2. Proses Pengambilan Data.....	39
4.3. Hasil Penelitian.....	48
4.3.1. Informan T	48
4.3.2. Informan D.....	75
4.3.3. Informan V.....	101
4.3.4. Informan N.....	135
4.3.5. <i>Significant Other</i> Informan T.....	160
4.3.6. <i>Significant Other</i> Informan D	162
4.3.7. <i>Significant Other</i> Informan V dan N.....	164
4.4. Validitas Penelitian.....	168
 BAB V. PENUTUP	 171
5.1. Bahasan.....	171

5.2. Temuan Baru Penelitian.....	186
5.3. Refleksi.....	193
5.4. Simpulan.....	196
5.5. Saran.....	196
 DAFTAR PUSTAKA.....	 199
 LAMPIRAN	 203

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	3

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 4.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Smartphone</i> Informan T	72
Bagan 4.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Smartphone</i> Informan D.....	98
Bagan 4.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Smartphone</i> Informan V.....	130
Bagan 4.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Smartphone</i> Informan N.....	156
Bagan 4.5. Keterkaitan Antar Tema Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Smartphone</i> pada Generasi Y	167
Bagan 5.1. Pemetaan Posisi Informan dalam Generasi.....	187

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Jadwal Interview Informan T	40
Tabel 4.2. Jadwal Interview Informan D	42
Tabel 4.3. Jadwal Interview Informan V	44
Tabel 4.4. Jadwal Interview Informan N	46
Tabel 4.5. Pelaksanaan Pengambilan Data	48
Tabel 4.6. Kategorisasi Informan T	49
Tabel 4.7. Kategorisasi Informan D.....	75
Tabel 4.8. Kategorisasi Informan V.....	102
Tabel 4.9. Kategorisasi Informan N.....	136
Tabel 4.10 Kategorisasi <i>Significant Other</i> Informan T.....	161
Tabel 4.11 Kategorisasi <i>Significant Other</i> Informan D	163
Tabel 4.12 Kategorisasi <i>Significant Other</i> Informan V dan N	165

Tirta Angela (2014). “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Brand Loyalty* terhadap *Smartphone* pada Generasi Y.” **Skripsi Sarjana Strata 1**. Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

ABSTRAKSI

Brand loyalty terhadap *smartphone* merupakan sebuah perilaku pembelian ulang terhadap merek *smartphone* yang sama oleh konsumen. *Brand loyalty* merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah perusahaan yang menjual sebuah produk. Generasi Y merupakan generasi sasaran dalam penelitian ini dikarenakan generasi Y merupakan generasi teknologi yang akan menjadi penguasa pasar yang akan datang. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *brand loyalty* terhadap *smartphone* pada generasi Y. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Pengambilan data dilakukan melalui interviu dengan teknik analisis data *inductive thematic analysis*. Hasil penelitian menemukan dua faktor yang mempengaruhi *brand loyalty* terhadap *smartphone* pada generasi Y, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal terbagi menjadi faktor psikologis yang meliputi motivasi, persepsi, dan proses pembelajaran, serta faktor personal yang meliputi kepribadian dan *value*. Faktor eksternal terdiri dari faktor sosial yang meliputi *life style* masyarakat, lingkungan pekerjaan atau kuliah dan teman, lingkungan keluarga, serta media. Kepribadian individu yang dipengaruhi oleh lingkungan keluarga menjadi salah satu bagian yang paling mempengaruhi *brand loyalty* generasi Y terhadap *smartphone*.

Kata kunci : *brand loyalty*, *smartphone*, generasi Y

Tirta Angela (2014). "Factors Affecting Brand Loyalty toward Smartphone in Y Generation. **Thesis of Bachelor's Degree**. Faculty of Psychology, Widya Mandala Catholic University Surabaya.

ABSTRACT

Brand loyalty toward smartphone is a repeat purchase behavior to the same brand of smartphone by consumer. Brand loyalty is an important things for industrial company. Y generation is the objective generation in this research because Y generation is a techno-generation that will be the market leader in the future. The purpose of this research is to knowing the factors that affecting brand loyalty toward smartphone in Y generation. The sampling technique of this research are purposive sampling and snowball sampling. Research was conducted using qualitative perspective by phenomenology method. The collecting data was done by interview and analyzed using inductive thematic analysis. The result of this research is founding the two factors that affecting brand loyalty toward smartphone in Y generation, there are internal factor and external factor. Internal factor consist of psychological factors that involve motivation, perception, learning process, and personal factors that involve personality and value. Eksternal factors consist of social factors that involve community life style, work or college circle, friends, family circle, and media. Personality that affect by family circle be the one of the most important things that affect Y generation's brand loyaty toward smartphone.

Keyword : brand loyalty, smartphone, Y generation