

INTISARI

Penelitian dengan judul “Analisis Strategi Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Differensiasi Produk Handphone Nokia”, bertujuan untuk menganalisis strategi membangun loyalitas konsumen melalui differensiasi produk dan menganalisis strategi differensiasi seperti apa yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian yang dilakukan termasuk penelitian survei, sampel adalah para mahasiswa (konsumen) yang menggunakan handphone Nokia di Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta. Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 115 responden. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan bantuan software *SPSS 15.00 for windows*. Variabel independen yaitu keistimewaan, kualitas kinerja, dan gaya serta variabel dependennya adalah loyalitas konsumen.

Pengujian instrument dengan menggunakan uji validitas (*Chi-square*) uji reliabilitas (*Cronbach Alpha*) dan uji hipotesis dengan melihat R^2 , uji T dan uji F

Dari hasil analisis regresi berganda menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel keistimewaan, kualitas kinerja, dan gaya secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen pengguna handphone Nokia di FE UPN “Veteran” Yogyakarta. Variabel Keistimewaan memiliki pengaruh yang dominan terhadap Loyalitas Konsumen, tidak terbukti. Hal ini didukung oleh hasil perhitungan analisis yang diperoleh bahwa differensiasi produk dengan Kualitas kinerja merupakan variabel yang paling dominan, dengan nilai beta yang lebih besar dari variabel keistimewaan dan gaya.

Saran yang diusulkan berdasarkan hasil penelitian adalah tetap mempertahankan variabel keistimewaan dan kualitas kinerja yang dalam penelitian ini merupakan variabel yang memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas konsumen dengan cara selalu melakukan inovasi dalam kemampuan browsing internet, kapasitas memori yang disediakan, serta kemudahan dalam pengoperasikannya. Kepada manajemen agar memperhatikan variabel gaya yang berdasarkan penelitian ini tidak terlalu berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, untuk kedepannya.

Kata kunci: Differensiasi Produk, Loyalitas Konsumen