

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, KELOMPOK REFERENSI DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SMARTPHONE MEREK SAMSUNG GALAXY NOTE III & IV DI BANDAR LAMPUNG

Oleh
VALDO.R.WARGANEGARA

Perilaku konsumen dalam pembelian akan mencerminkan tanggapan mereka terhadap berbagai rangsangan (*stimuli*) pemasaran yang terlihat dari tanggapan akan berbagai bentuk atau wadah produk, harga, promosi dan lain-lain. Hal ini sangat membantu manajer pemasaran dalam menetapkan harga, merancang distribusi, melaksanakan promosi yang tepat dan bisa diterima oleh masyarakat.

Permasalahan pada penelitian ini adalah : Apakah gaya hidup, kelompok referensi, bauran pemasaran, memiliki pengaruh baik secara (bersama-sama) simultan ataupun parsial terhadap loyalitas konsumen Samsung Galaxy Note III dan IV Di Bandar Lampung?

Hipotesis yang dirumuskan: Variabel Gaya Hidup, Kelompok Referensi, Bauran Pemasaran (X) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Samsung Galaxy Note III dan IV Di Bandar Lampung.

Setelah dilakukan analisis didapat hasil bahwa : variabel gaya hidup, kelompok referensi, dan bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen Samsung Galaxy Note III dan IV Di Bandar Lampung dapat diterima dengan pengaruh sebesar 32,7%. Hal ini dikarenakan nilai probabilitas hitung uji F lebih kecil dari nilai 0.05 ($0.000 < 0,05$). Variabel gaya hidup memiliki pengaruh terbesar yaitu 58,8%, pengaruh variabel terbesar kedua adalah variabel bauran pemasaran sebesar 30,2%, variabel kelompok referensi merupakan variabel dengan pengaruh terkecil yaitu sebesar 28,6%.

Saran yang diajukan adalah Samsung sebagai pemegang merek *Smartphone* Galaxy Note III dan IV harus mempertahankan produk-produk yang dijual merupakan produk-produk yang memperhatikan gaya hidup. Artinya produk yang dijual harus merupakan produk dengan teknologi informasi dan telekomunikasi terkini sehingga konsumen yang berbelanja mengetahui bahwa produk yang mereka beli merupakan produk canggih.

Kata Kunci : Gaya hidup, Kelompok referensi, Bauran Pemasaran, Loyalitas