

**NONA CHANIA, NPM : 71170612058, JUDUL : PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG SMARTPHONE ANDROID PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UISU (STAMBUK 2017-2018), Dibimbing oleh : Dr. Nilawati Nasti, SE. MM. Sebagai Pembimbing I, dan Ismail Nasution, SE. M.M Sebagai Pembimbing II, Skripsi : 2021**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang smartphone android pada mahasiswa fakultas ekonomi uisu (stambuk 2017-2018). Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 450 mahasiswa di Fakultas Ekonomi UISU Medan. Metode analisis data menggunakan metode kuantitatif yaitu analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab yang ditujukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi UISU.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Kepuasan dan loyalitas pelanggan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F\text{-hitung } 30,798 > 3,11$ . Secara parsial variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, variabel loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang yang terlihat  $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$  ( $3,285 > 1,989$ ) untuk variabel X1 dan pada variabel X2  $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$  ( $3,416 > 1,989$ ). Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,438 berarti 43,8% variabel keputusan pembelian ulang dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sedangkan sisanya 56,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kepuasan, Loyalitas Pelanggan, dan Keputusan Pembelian Ulang.

## ABSTRACT

**NONA CHANIA, NPM: 71170612058, TITLE: THE INFLUENCE OF CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY TOWARDS DECISION OF ANDROID SMARTPHONE REPURCHASE IN UISU ECONOMIC FACULTY STUDENTS (STAMBUK 2017-2018), Supervised by: Dr. Nilawati Nasti, SE. MM. As Advisor I, and Ismail Nasution, .SE. M.M As Supervisor II, Thesis: 2021**

The purpose of this study was to analyze and determine the effect of customer satisfaction and loyalty on the decision to repurchase an Android smartphone in UISU economics faculty students (Stambuk 2017-2018).

The population in this study were 450 students at the Faculty of Economics, UISU Medan. Methods of data analysis using quantitative methods, namely multiple linear regression analysis. Data collection techniques were carried out by giving a set of questions or written statements to respondents to be answered addressed to students of the Faculty of Economics, UISU.

The results obtained from this study indicate that simultaneously satisfaction and customer loyalty have a significant and significant effect on repurchase decisions of  $0.000 < 0.05$  and F-count  $30.798 > 3.11$ . Partially, the satisfaction variable has a positive and significant effect on repurchase decisions, the loyalty variable has a positive and significant effect on repurchase decisions, which can be seen T-count  $> T$ -table ( $3.285 > 1.899$ ) for the X1 variable and on the X2 variable T-count  $> T$ -table ( $3,416 > 1,989$ ). Based on the analysis of the coefficient of determination, the Adjusted R Square value of 0.438 means that 43.8% of the repurchase decision variables can be explained by the variables of customer satisfaction and loyalty. While the remaining 56.2% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Satisfaction, Customer Loyalty, and Repurchase Decision.