

ABSTRACT

Miftahul Jannah 100211100051. The Influence of Customer Value to the College Students User of Smartphone Blackberry Gemini Curve 8520 At Economy Faculty Trunojoyo Madura University. Guided by Dr. H. Muh. Syarif, Drs., Ec. MSi and Bambang Setiyo Pambudi, S.E, MM

The purpose of this study were to find the influence of Customer Value was consist of Functional value (quality/performance) (X_1), emotional value (X_2), functional value price/ value for money (X_3), and social value (X_4) towards satisfaction (Y) and also to find the biggest variable effect towards college students user satisfaction at Economy Faculty Trunojoyo Madura University.

The Population of this study was college students at Economy Faculty Trunojoyo Madura University. The Method used in this research was the purposive sampling, by 50 respondents and the research done in November 2013. The data collecting method were collecting kuesioner and library research. The Data-Processing technique was used software of SPSS version 16.0 windows used scale of likert.

The result of this study were the Functional value (quality/performance) (X_1), emotional value (X_2), functional value price/ value for money (X_3), dan social value (X_4) effected the satisfaction (Y) of college students user smartphone Blackberry Gemini Curve 8520 at Economy Faculty Trunojoyo Madura University.

The result from t test (parsial) proved the Functional value (quality/performance) (X_1), emotional value (X_2), price/ value for money (X_3) had an signifikan effect to satisfaction (Y), while social value hadn't signifikan effect towards satisfaction (Y) of college students user smartphone Blackberry Gemini Curve 8520 at Economy Faculty Trunojoyo Madura University.

It could be concluded that from fourth free variable which have bigger influence to satisfaction (Y) of college students user smartphone Blackberry Gemini Curve 8520 at Economy Faculty Trunojoyo Madura University is functional value price/ value for money (X_3).

Keyword: Customer Value and Satisfaction.

ABSTRAK

Miftahul Jannah 1002111000511. Pengaruh *Customer Value* Terhadap Kepuasan Pengguna *Smartphone* Blackberry Gemini Curve 8520 (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura). Dibimbing oleh Dr. H. Muh. Syarif, Drs., Ec. MSi dan Bambang Setiyo Pambudi, S.E, MM.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *customer value* yang terdiri dari nilai fungsional (kualitas/kinerja) (X_1), nilai emosional (X_2), nilai fungsional (harga/*value for money*) (X_3), dan nilai sosial (X_4) baik secara simultan dan parsial terhadap kepuasan (Y) serta untuk mengetahui variabel manakah yang mempunyai pengaruh yang dominan pada *customer value* mahasiswa pengguna *smartphone* Blackberry Gemini Curve 8520 di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 50 responden dan penelitian dilakukan pada bulan November 2013. Metode pengumpulan data dengan cara penelitian lapangan dengan membagikan kuesioner dan riset perpustakaan. Teknik pengolahan data menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 16.0 *for windows* dan menggunakan skala likert.

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari nilai fungsional (kualitas/kinerja) (X_1), nilai emosional (X_2), nilai fungsional (harga/*value for money*) (X_3), dan nilai sosial (X_4) mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan (Y) mahasiswa pengguna *smartphone* Blackberry Gemini Curve 8520 di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.

Hasil dari uji t (parsial) membuktikan bahwa variabel bebas yang terdiri dari nilai fungsional (kualitas/kinerja) (X_1), nilai emosional (X_2), nilai fungsional (harga/*value for money*) (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y), sedangkan nilai sosial (X_4) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y) mahasiswa pengguna *smartphone* Blackberry Gemini Curve 8520 di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.

Dapat disimpulkan bahwa dari keempat variabel bebas, variabel yang mempunyai pengaruh lebih besar terhadap kepuasan (Y) mahasiswa pengguna *smartphone* Blackberry Gemini Curve 8520 di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura adalah nilai fungsional (harga/*value for money*) (X_3).

Kata Kunci: *Customer Value* dan Kepuasan.