

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, HARGA
DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN
MEREK DARI *HANDPHONE BLACKBERRY***

**(Studi terhadap Mahasiswa yang pernah menggunakan *HandPhone BlackBerry*
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**NAMA : SELLY PERMATA
NIM : 302 11 11 044**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2016**

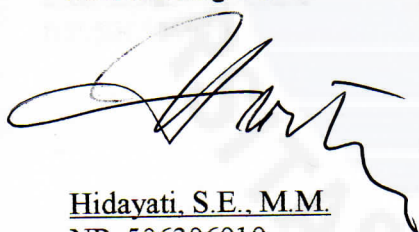


**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

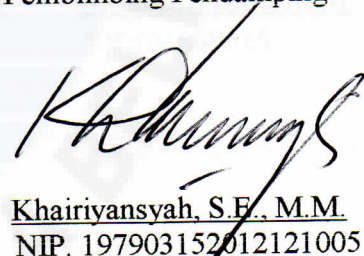
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Selly Permata
NIM : 302 11 11 044
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : "Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Harga dan Kebutuhan Mencari Variasi Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari *Handphone BlackBerry* (Studi terhadap Mahasiswa yang pernah Menggunakan *Handphone BlackBerry* pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung)"

Pembimbing Utama


Hidayati, S.E., M.M.
NP. 506306010

Pembimbing Pendamping


Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP. 197903152012121005

Balunijuk, 13 Februari 2016
Ketua Jurusan Manajemen



Maya Yusnita, S.E., M.Si.
NIP. 198605082014042001

PENGESAHAN SKRIPSI

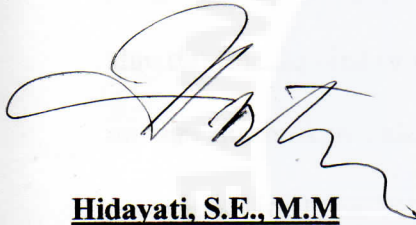
**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, HARGA, DAN
KEBUTUHAN Mencari VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PERPINDAHAN MEREK DARI *HANDPHONE BLACKBERRY* (Studi terhadap
Mahasiswa yang pernah Menggunakan *Handphone Blackberry* pada Jurusan
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh: **Selly Permata**

Nomor Induk Mahasiswa: **302 11 11 044**

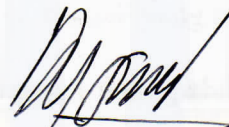
Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal, 08 Maret 2016 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua



Hidayati, S.E., M.M
NP.506306010

Anggota



Dony Yanuar, S.E., M.M
NP.107408040

Anggota



H. Sumar, S.E., M.M
NP.506808015

Balunijuk, 14 Maret 2016

Universitas Bangka Belitung

Fakultas Ekonomi

Jurusan Manajemen

Dekan



Dr. Reniati, S.E., M.Si.
NP.507206007

Ketua Jurusan Manajemen



Maya Yusnita, S.E., M.Si.
NIP.198605082014042001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Harga dan Kebutuhan Mencari Variasi Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari *Handphone BlackBerry* (Studi terhadap Mahasiswa yang pernah Menggunakan *Handphone BlackBerry* pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung)”**, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan hukuman yang berlaku”.

Balunujuk, 18 Februari 2016

Penulis



Selly Permata

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Jangan biarkan rasa takut gagal membuatmu berhenti mencoba"

Hai orang – orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Sesungguhnya Allah bersama orang – orang yang sabar.

(Q.S AL-Baqoroh 153)

Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat.

(Winston Churchill)

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- ⇔ Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan kepada penulis dalam mencapai tujuan dan cita-cita.
- ⇔ Kedua Orangtuaku, mamak dan bapak, terimakasih selalu memberiku semangat dukungan dan doa yang tiada henti. *I love you*
- ⇔ Kedua Adikku Sandy dan Fathur tersayang
- ⇔ Salah satu penyemangatku yang selalu menemani dan memberikan semangat dan doa, Duki Saputra
- ⇔ Sahabatku Renie,
- ⇔ Teman-temanku yang selalu mendukung dan memberiku semangat
- ⇔ Almamaterku tercinta, Universitas Bangka Belitung.



The Effects of Consumer Dissatisfaction, Price, and the Need for Product Variation on the Brand-Switching Decision from Blackberry Mobile Phone (Case Study of Students of the Department of Management, Faculty of Economics. Universitas Bangka Belitung, who previously used Blackberry Mobile Phone before Switching Brand)

Selly Permata. 302 11 11 044

ABSTRACT

The background of this research is the condition in which consumer dissatisfaction, price, and the need for product variation can affect a consumer's decision to switch brand after previously using Blackberry Mobile Phone. This research aims to determine and to study the effects of consumer dissatisfaction, price, and the need for product variation on consumer's decision to switch brand from Blackberry.

This is a descriptive quantitative research with a sample of 83 respondents chosen using accidental sampling method, which is based on chance. Anyone that happens to meet with the researcher can become a sample if the person is qualified as a data source. In this research, the independent variables consist of consumers' dissatisfaction, price and the need for product variation, while the dependent variable is brand-switching decision. Research instruments are tested with validity and reliability tests, while the data is analyzed using multiple linear regressions method with t test, F test, and coefficient of determination R^2 .

The research results show that for X_1 , $t_{count} (4.349) > t_{table} (1.989)$; for X_2 , $t_{count} (2.191) > t_{table} (1.989)$; and for X_3 , $t_{count} (3.240) > t_{table} (1.989)$. Hence, partially, X_1 , X_2 and X_3 affect Y . The F test results show that the $F_{count} (127.702) > F_{table} (2.72)$ with significance of $0,000 < \alpha$ at the significance level of 0.05. Thus, H_0 is rejected and H_a is accepted meaning that the independent variables positively and significantly affect the dependent variables simultaneously. The results from the coefficient of determination analysis show that the independent variables (consumer dissatisfaction, price and need for product variation) affect 82.3% of the dependent variable (brand-switching decision), while the rest 17.7% affected by variables outside of this research.

Keywords: consumer dissatisfaction, price, need for variation, brand-switching decision

ABSTRAK

Selly Permata. 302 11 11 044. Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Harga dan Kebutuhan Mencari Variasi Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari *Handphone BlackBerry* (Studi terhadap Mahasiswa yang pernah Menggunakan *Handphone BlackBerry* pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung).

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang ada menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen, harga dan kebutuhan mencari variasi produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan perpindahan merek dari *Handphone BlackBerry*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh ketidakpuasan konsumen, harga dan kebutuhan mencari variasi produk terhadap keputusan konsumen untuk melakukan perpindahan merek dari *Handphone BlackBerry*.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 83 responden, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling* dimana penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika orang tersebut sesuai atau cocok sebagai sumber data. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari ketidakpuasan konsumen, harga dan kebutuhan mencari variasi produk, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan perpindahan merek. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi R^2 .

Hasil penelitian variabel independen X_1 diperoleh $t_{hitung} (4,349) > T_{tabel} (1,989)$, variabel X_2 $t_{hitung} (2,191) > T_{tabel} (1,989)$, dan variabel X_3 $t_{hitung} (3,240) > T_{tabel} (1,989)$. Maka variabel X_1 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y, variabel X_2 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y dan variabel X_3 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y. Hasil uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} (127,702) > F_{tabel} (2,72)$, sedangkan signifikansi adalah $0,000 < \alpha$ pada taraf signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel *independen* secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel *dependen* secara positif dan signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *independen* (ketidakpuasan konsumen, harga dan kebutuhan mencari variasi produk) mempengaruhi variabel *dependen* (keputusan perpindahan merek) sebesar 82,3%, dan sisanya 17,7% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

Kata kunci : Ketidakpuasan Konsumen, Harga dan Kebutuhan Mencari Variasi Produk dan Keputusan Perpindahan Merek

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas semua rahmat dan karunia-Nya yang selalu dilimpahkan kepada penulis dan kita semua. Shalawat serta salam selalu dilimpahkan kepada junjungan besar kita Rasulullah SAW beserta keluarga, para sahabat dan para pengikutnya hingga akhir jaman, amin. Penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sidang kesarjanaaan Program S-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, yang tiada lain disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi kebaikan dan kemajuan di masa mendatang serta untuk kepentingan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, baik berupa ilmu pengetahuan, dukungan moril maupun materil. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **Ibu Hidayati, S.E., M.M.** sebagai dosen pembimbing utama dan **Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M.** sebagai dosen pembimbing pendamping, atas kesabaran dalam bimbingan dan arahnya selama masa penyusunan skripsi. Selain

itu juga penulis menyampaikan rasa hormat dan penghargaan serta ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bustami Rahman, M.Sc. selaku Rektor Universitas Bangka Belitung
2. Ibu Dr. Reniati, S.E. M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Ibu Maya Yusnita, S.E. MSi. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta staf di lingkungan Universitas Bangka Belitung terutama Fakultas Ekonomi.
5. Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung yang telah memberikan izin melakukan penelitian skripsi ini, beserta Mahasiswa/wi yang telah bersedia meluangkan waktu menjadi responden dalam penelitian ini.
6. Kedua Orang tuaku, Bapak Wancik dan Ibu Sulasmi, terimakasih atas kasih sayangnya, doa dan dukungan secara moril yang telah diberikan serta kesabaran untuk menanti kelulusanku.
7. Kedua adikku, Sandy dan Fathur atas semangat yang diberikan.
8. Salah satu penyemangatku Duki Saputra yang selalu mendampingi penulis dengan sabar kemanapun. Terimakasih semangat dan motivasi, untuk tidak pernah bosan mendengar setiap keluh kesahku.
9. Sahabatku Renie, 'semangat sahabatku, semoga cepet nyusul aku jadi sarjana dan jangan ditunda-tunda lagi.
10. Dewi arabianty, Angga, Aci, Putra teman-teman sebimbingan yang akhir-akhir mulai bersama dan saling memotivasi.
11. Teman-temanku Ayu Astari, Yulia, Wike Ardila, Fio, Mera, Vina terimakasih semangatnya. Bayu, Yuda, Sandi, Edo, semangat terus kerjain skripsi.
12. Teman-teman KKN di Mentok. Terimakasih untuk keceriaan dan satu bulan bersama kalian. Sungguh merindukan saat-saat bersama kalian lagi.

13. Teman-teman seperjuangan khususnya kelas Manajemen 2 Angkatan 2011 dan semua Pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah pengetahuan kita semua.

Balunijuk, 18 Februari 2016

Penulis,

Selly Permata

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Manajemen Pemasaran	15

2.1.1	Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2.1.2	Pengertian Pemasaran	15
2.1.3	Konsep Pemasaran	19
2.1.4	Bauran Pemasaran	20
2.2	Ketidakpuasan Konsumen	21
2.2.1	Pengertian Ketidakpuasan Konsumen	21
2.2.2	Dimensi Ketidakpuasan Konsumen	23
2.3	Harga	24
2.3.1	Pengertian Harga	24
2.3.2	Dimensi Harga	25
2.4	Kebutuhan Mencari Variasi Produk	27
2.4.1	Pengertian Kebutuhan Mencari Variasi Produk	27
2.4.2	Tipe Konsumen Kebutuhan Mencari Variasi	28
2.4.3	Dimensi Kebutuhan Mencari Variasi Produk	29
2.5	Merek	30
2.5.1	Pengertian Merek	30
2.5.2	Loyalitas Merek	32
2.5.3	Fungsi Loyalitas Merek	34
2.5.4	Perpindahan Merek	35
2.5.4.1	Pengertian Perpindahan Merek	36
2.5.4.2	Dimensi Perpindahan Merek	37
2.6	Penelitian Terdahulu	38
2.7	Kerangka Berpikir	39

2.7.1 Hubungan antara Ketidakpuasan Konsumen dengan Perpindahan Merek	40
2.7.2 Hubungan antara Harga dengan Perpindahan Merek	41
2.7.3 Hubungan antara Variasi Produk dengan Perpindahan Merek	42
2.8 Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Pendekatan Penelitian	44
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	44
3.3 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	44
3.4 Populasi dan Sampel	47
3.4.1 Populasi	47
3.4.2 Sampel	48
3.5 Jenis Data	49
3.5.1 Data Primer	49
3.5.2 Data Sekunder	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data	50
3.7 Skala Pengukuran Variabel	51
3.8 Teknik Analisis Data	52
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	52
3.8.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	53

3.8.4 Analisis Regresi Berganda	55
3.8.5 Pengujian Hipotesis	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1 Profil Singkat Blackberry	58
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Blackberry	58
4.1.2.1 Visi	59
4.1.2.2 Misi	59
4.1.3 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi	59
4.2 Hasil Deskriptif Penelitian	61
4.2.1 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden	61
4.2.2 Hasil Statistik Deskriptif	62
4.2.3 Rekapitulasi Deskriptif Variabel	76
4.3 Hasil Analisis Data	77
4.3.1 Uji Validitas	77
4.3.2 Uji Reliabilitas	78
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	79
4.3.4 Analisis Regresi Berganda	83
4.3.5 Uji t	84
4.3.6 Uji F	86
4.3.7 Koefisien Determinasi (R ²)	87
4.4 Pembahasan	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91

5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	94

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Negara Pengguna Ponsel Terbesar	5
Tabel I.2	<i>Top Brand Index</i>	6
Tabel I.3	<i>Top Best Brand</i>	7
Tabel I.4	Pra-Penelitian Ketidakpuasan Konsumen	8
Tabel I.5	Pra-Penelitian Harga	8
Tabel I.6	Pra-Penelitian Kebutuhan Mencari Variasi	9
Tabel I.7	Pra-Penelitian Keputusan Perpindahan Merek	9
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	38
Tabel III.1	Definisi Operasional Variabel	46
Tabel III.2	Skala Pengukuran Variabel	51
Tabel IV.1	Jenis Kelamin Responden	60
Tabel IV.2	Perpindahan Merek	61
Tabel IV.3	Indikator Perbedaan Nilai	62
Tabel IV.4	Indikator Harga dan Nilai yang Sesuai.....	62
Tabel IV.5	Indikator Keunggulan.....	63
Tabel IV.6	Indikator Sesuai Harapan	63
Tabel IV.7	Indikator Hasil Evaluasi	64
Tabel IV.8	Indikator Pengambilan Keputusan	64
Tabel IV.9	Indikator Harga Terjangkau	65
Tabel IV.10	Indikator Harga Sesuai dengan Kualitas	66
Tabel IV.11	Indikator Diskon Kuantitas.....	66

Tabel IV.12	Indikator Diskon Musiman.....	67
Tabel IV.13	Indikator Kemudahan	67
Tabel IV.14	Indikator Fasilitas Pembayaran	68
Tabel IV.15	Indikator Merasa Bosan.....	69
Tabel IV.16	Indikator Tidak Sesuai Keinginan	69
Tabel IV.17	Indikator Inovasi Berkala	70
Tabel IV.18	Indikator Suasana Produk.....	70
Tabel IV.19	Indikator Keragaman Produk	71
Tabel IV.20	Indikator Kualitas Produk.....	71
Tabel IV.21	Indikator Pelayanan yang Ramah.....	72
Tabel IV.22	Indikator Tidak Puas.....	73
Tabel IV.23	Indikator Ketertarikan pada Merek Lain	73
Tabel IV.24	Indikator Rasa Bosan	74
Tabel IV.25	Indikator Gaya Hidup	74
Tabel IV.26	Indikator Tidak Merespon Permasalahan.....	75
Tabel IV.27	Indikator Adanya Isu-isu dar Penyedia Jasa Lain	76
Tabel IV.28	Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel	76
Tabel IV.29	Hasil Uji Validitas	78
Tabel IV.30	Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel IV.31	Hasil Uji Multikolinieritas	81
Tabel IV.32	Hasil Analisis Regresi Berganda	83
Tabel IV.33	Hasil Analisis Uji t	85
Tabel IV.34	Hasil Analisis Uji F	86

Tabel IV.35 Hasil Analisis Uji R² 87



DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	Kerangka Berpikir	39
Gambar IV.1	Jenis Kelamin Responden	61
Gambar IV.2	Perpindahan Merek	62
Gambar IV.3	Hasil Uji Normalitas	81
Gambar IV.4	Hasil Uji Heterokedastisitas	83



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Berganda, Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi
- Lampiran 8 Surat Keterangan UPT Bahasa
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi