

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK
KATEGORI PRODUK, DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK
SMARTPHONE ADVAN**

**(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2016)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

QORIATUL OKTAVIANI W

16.1041.1284

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2020**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Qoriatul Oktaviani W

NIM : 1610411284

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK KATEGORI PRODUK, DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK *SMARTPHONE* ADVAN; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, November 2020

Yang menvatakan,



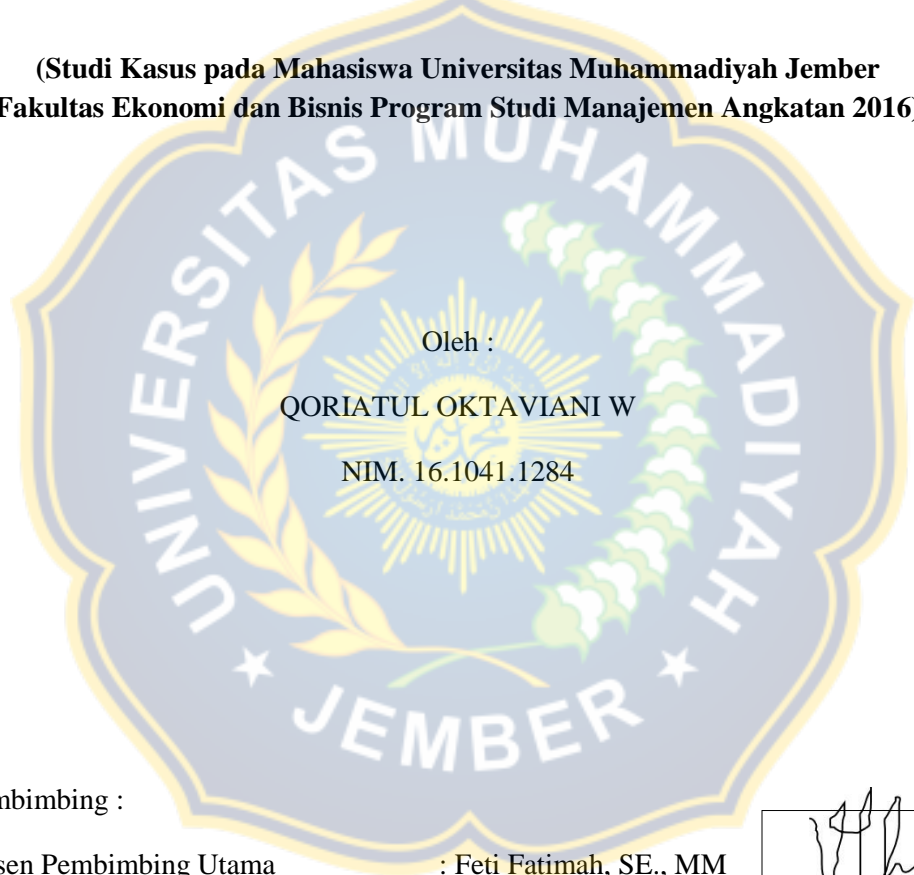
Qoriatul Oktaviani W

NIM. 16.1041.1284

SKRIPSI

PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK KATEGORI PRODUK, DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK *SMARTPHONE ADVAN*

**(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2016)**



Oleh :

QORIATUL OKTAVIANI W

NIM. 16.1041.1284

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah, SE., MM

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink, which appears to be 'Feti Fatimah'.

Dosen Pembimbing Pendamping : Nursaidah, SE., MM


A rectangular box containing a handwritten signature in black ink, which appears to be 'Nursaidah'.

PENGESAHAN


Skripsi berjudul: *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Smartphone Advan*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 18 November 2020
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji,


Budi Santoso, SE., MM., M.Akun
NPK. 10 03 711

Anggota 1,



Feti Fatimah, SE., MM
NPK 07 09 622

Anggota 2,



Nursaidah, SE., MM
NPK 15 09 637

Mengesahkan :




Maheni Ka Sari, SE., MM
NIP. 19770811 2005 01 2001

Ketua Program Studi,


Dr. Haris Hermawan, SE., MM
NPK 15 03 640

MOTTO

“Jadilah engkau pemaaf dan suruhlah orang mengerjakan yang ma’ruf, serta berpalinglah dari pada orang-orang yang bodoh.”
(QS. Al-A’raf: 199)

“Allah menganugerahkan Al hikmah kepada siapa yang di kehendaki-Nya. Dan barang siapa yang dianugerahi hikmah, ia benar-benar telah dianugerahi karunia yang banyak dan hanya orang-orang yang barakallah yang dapat mengambil pelajaran.”
(QS. Al-Baqarah: 269)

“Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu tidak memanfaatkannya menggunakan untuk memotong, ia akan memotongmu (menggilasmu).”
(H.R. Muslim)

“Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkannya mendapat jalan ke surga.”
(H.R. Muslim)

“Bermimpilah seakan kau akan hidup selamanya. Hiduplah seakan kau akan mati hari ini.”
(James Dean)

“Jangan pergi mengikuti ke mana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkan jejak.”
(Ralph Waldo Emerson)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Kedua orang tuaku tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan serta mendoakan setiap langkah yang kuambil
2. Adikku tercinta yang juga selalu memberikan dukungan dan semangat dalam setiap usahaku
3. Dosen pembimbing 1, Ibu Feti Fatimah, SE., MM dan Dosen pembimbing 2, Ibu Nursaidah, SE., MM beserta Dosen penguji, Bapak Budi Santoso, SE., MM yang dengan sabar, tulus dan ikhlas membimbing saya hingga selesainya tugas akhir ini
4. Sahabat-sahabatku yang selalu memeberikan semangat dan selalu menghiburku selama ini
5. Seluruh teman-teman seangkatan yang telah belajar dan berjuang bersama meraih gelar sarjana

ABSTRAK

Perpindahan merek adalah pola pembelian yang dikarakteristikan dengan perubahan atau pergantian dari satu merek ke merek lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek *smartphone* Advan. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen angkatan 2016 dan sampel yang digunakan sebanyak 38 mahasiswa. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek sedangkan karakteristik kategori produk berpengaruh negatif terhadap. Tetapi secara simultan ketiga faktor tersebut berpengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek *smartphone* Advan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen berpindah merek karena merasa tidak puas dengan produk yang dimiliki sebelumnya dan mencari variasi baru yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 0,819, yang berarti 81,9% keputusan perpindahan merek dipengaruhi oleh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi. Sedangkan sisanya 18,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, kebutuhan mencari variasi, perpindahan merek

ABSTRACT

Brand switching is a buying pattern characterized by a change or change from one brand to another. This study aims to analyze the effect of consumer dissatisfaction, product category characteristics, and the need to look for variations on the decision to move the Advan smartphone brand. This type of descriptive quantitative research using survey methods. The population in this study were students of the University of Muhammadiyah Jember, Faculty of Economics and Business, Management Study Program class of 2016 and the sample used was 38 students. The analysis tool uses multiple linear regression. The results of the study prove that partially consumer dissatisfaction and the need to look for variations have a positive and significant effect on brand switching decisions, while product category characteristics have a negative effect on. But simultaneously these three factors have a positive effect on the decision to move the Advan smartphone brand. This shows that consumers switch brands because they are not satisfied with previously owned products and are looking for new variations that suit their needs and desires. The coefficient of determination analysis shows that 0.819, which means that 81.9% of brand switching decisions are influenced by consumer dissatisfaction, product category characteristics, and the need to look for variations. While the remaining 18.1% is influenced by other variables.

Keywords: *consumer dissatisfaction, product category characteristics, the need for variety seeking, brand switching*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek *Smartphone* Advan”.

Sehubungan dengan itu saya menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada peneliti
2. Bapak Haris Hermawan, SE., MM. sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah mempermudah proses pengajuan skripsi
3. Bapak Budi Santoso, SE., MM. Sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada peneliti
4. Kedua dosen pembimbing saya, Ibu Feti Fatimah, SE., MM. Sebagai Dosen Pembimbing I dan Ibu Nursaidah, SE., MM. Sebagai Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar
5. Dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi
6. Serta pihak-pihak lain yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya, besar harapan semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada khususnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tentunya memiliki keterbatasan dalam penyusunan, oleh karena itu sangat mengharapkan saran dan masukan yang membangun.

Jember, November 2020
Penulis

Qoriatul Oktaviani W

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan/Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Produk	8
2.2 Perilaku Konsumen	11
2.3 Ketidakpuasan Konsumen.....	13
2.4 Karakteristik Kategori Produk	15
2.5 Kebutuhan Mencari Variasi	16
2.6 Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>).....	17
2.7 Penelitian Terdahulu	21
2.8 Kerangka Konseptual.....	24
2.9 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Pendekatan Penelitian	26
3.2 Identifikasi Variabel.....	26
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4 Desain Penelitian	29
3.5 Jenis Data	29
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	30

3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.9 Jadwal Penelitian	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	38
4.2 Hasil Penelitian	42
4.3 Pembahasan.....	58
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	68

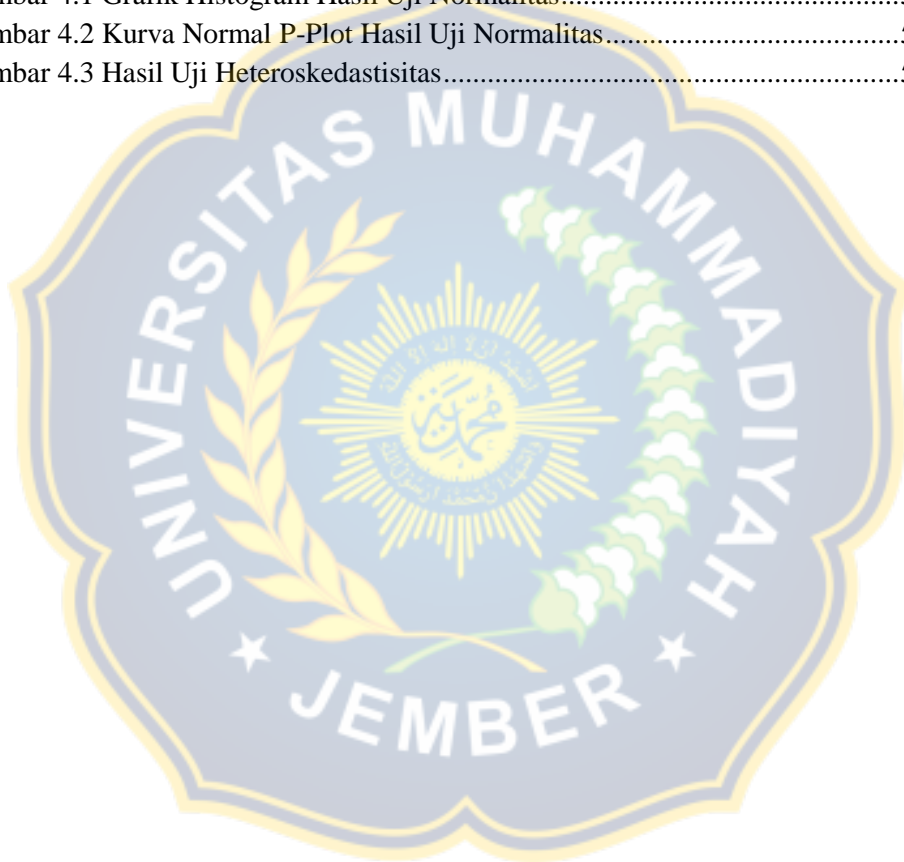


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2016-2018	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.2 Skala Likert	31
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	37
Tabel 4.1 Produk <i>smartphopne</i> Advan.....	39
Tabel 4.2 Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3 Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Merek Pengganti Advan.....	43
Tabel 4.4 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Ketidakpuasan Konsumen	44
Tabel 4.5 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Karakteristik Kategori Produk.....	45
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Kebutuhan Mencari Variasi.....	46
Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Keputusan Perpindahan Merek.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas.....	53
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.15 Tabel Koefisien Determinasi.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna Aktif <i>Smartphone</i> di Indonesia	1
Gambar 1.2 Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> di Indonesia Q3 Tahun 2019	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.1 Kurva Distribusi Uji T	36
Gambar 3.2 Kurva Distribusi Uji F	37
Gambar 4.1 Grafik Histogram Hasil Uji Normalitas	51
Gambar 4.2 Kurva Normal P-Plot Hasil Uji Normalitas	51
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Permohonan Pengisian Kuesioner	69
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	70
Lampiran 3 Rekapitulasi Kuesioner	73
Lampiran 4 Hasil Output SPSS Versi 22	77
Lampiran 5 Tabel t	85
Lampiran 6 Tabel f	86
Lampiran 7 Surat Ijin Penelitian	87
Lampiran 8 Abstrak Penelitian Terdahulu	88
Lampiran 9 Dokumentasi	94

