



**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK, *VARIETY SEEKING*, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK (*BRAND SWITCHING*)
HANDPHONE BLACKBERRY KE ANDROID**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Manajemen
2014 Universitas Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

**Ani Handayani
NIM. 1410411372**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
MEI, 2018**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Analisis Pengaruh Atribut Produk, *Variety Seeking*, Dan Promosi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (*Brand Switching*) *Handphone Blackberry* Ke Android (Studi Kasus Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Manajemen Tahun Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Senin

Tanggal : 28 Mei 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Abadi Sanosra, SE, MM, M.Ep

NPK 05 09 478

Anggota 1,

Anggota 2,

Trias Setyowati, SE, SH, MM

NPK 05 09 477

Yohanes GW, SE, MM

NPK 1509653

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si

NPK 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc

NPK 85 03 125

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Analisis Pengaruh Atribut Produk, *Variety Seeking*, Dan Promosi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Handphone Blackberry Ke Android (Studi Kasus Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Manajemen Tahun Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Jember)"**.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani. SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs, Anwar M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Trias Setyowati. SE, SH, MM, selaku dosen pembimbing I dan Yohanes Gunawan, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Dr. Abadi Sanosra, SE, MM, M.Ep selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Manajemen yang telah memberikan ijin dan mahasiswa-mahasiswi fakultas ekonomi manajemen angkatan tahun 2014 yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.
7. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemen H yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas segala amal baiknya. Penulis menyadari bahwa dalam penyajian skripsi ini masih banyak kekurangan yang terdapat didalamnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 28 Mei 2018

Penulis

Ani Handayani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2 Perpindahan Merk.....	10
2.1.3 Faktor Perpindahan Merk.....	11
2.1.4 Atribut Produk.....	13
2.1.5 Unsur-unsur atribut produk.....	14
2.1.6 <i>Variety Seeking</i>	18
2.1.7 Tipe konsumen mencari <i>Variety Seeking</i>	19
2.1.8 Dimensi <i>Vriety Seeking</i>	20
2.1.9 Promosi.....	20
2.1.10 Tujuan Promosi.....	21
2.1.11 Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>).....	21

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	22
2.2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian.....	26
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis Penelitian	27
BAB 3 METODE PENELITIAN	29
3.1 Identifikasi Variabel	29
3.1.1 Variabel Bebas	29
3.1.2 Variabel Terikat	29
3.2 Definisi Operasional Variabel	29
3.2.1 Atribut Produk.....	30
3.2.2 <i>Variety Seeking</i>	30
3.2.3 Promosi.....	30
3.2.4 Perpindahan Merek.....	31
3.3 Desain Penelitian	31
3.3.1 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.3.2 Populasi	31
3.3.3 Sampel	31
3.3.4 Teknik Pengambilan Sampel	32
3.4 Jenis dan Sumber Data	32
3.4.1 Data Sekunder	32
3.4.2 Data Primer	33
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Teknik Analisis Data	34
3.5.1 Uji Instrumen Data	34
3.5.2 Uji Validitas	34
3.5.3 Uji Reliabilitas	35
3.6 Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.7 Uji Asumsi Klasik	36
3.7.1 Uji Normalitas	36
3.7.2 Uji Multikolinearitas	36
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.8 Uji Hipotesis	37
3.8.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	37
3.8.2 Uji Parsial (Uji t)	38
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)	39

BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	41
4.1.2 Sejarah android	42
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	42
4.1.4 Diskriptif Statistik Pernyataan Responden.....	42
4.1.5 Analisis Diskriptif Pernyataan Responden	43
4.2 Analisis Data	48
4.2.1 Uji Instrumen Data	48
4.2.1.1 Pengujian Validitas Data	48
4.2.1.2 Pengujian Reliabilitas Data	51
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	54
4.2.3.1 Pengujian Normalitas	54
4.2.3.2 Pengujian Multikolinearitas	55
4.2.3.3 Pengujian Heterokedastisitas	55
4.2.4 Uji Hipotesis	56
4.2.4.1 Uji F	56
4.2.4.2 Uji t	57
4.2.4.3 Koefisien Determinasi	58
4.3 Pembahasan	58
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Pangsa Pasar.....	2
Tabel 1.2: Pengiriman Jutaan Unit.....	3
Tabel 1.3: Perbandingan Konsumen Pengguna Produk.....	6
Tabel 2.1: Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1: Responden Menurut Jenis Kelamin Dan Masa Menjadi Pelanggan	43
Tabel 4.2: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Atribut Produk	44
Tabel 4.3: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Variety Seeking</i>	45
Tabel 4.4: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Promosi....	46
Tabel 4.5: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Perpindahan Merek	47
Tabel 4.6: Hasil Pengujian Validitas	48
Tabel 4.7: Hasil Pengujian Reliabilitas	52
Tabel 4.8: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4.9: Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.10: Hasil Uji t.....	57
Tabel 4.11: Uji Koefisien Determinan	58

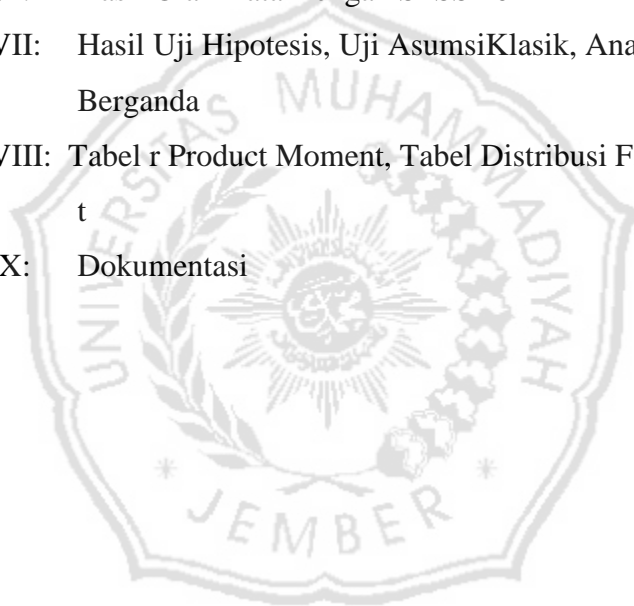
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Konsep Penelitian	26
Gambar 4.1: Hasil Pengujian Normalitas	54
Gambar 4.2: Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	56



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I: Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN II: Petunjuk Pengisian Kuesioner
- LAMPIRAN III: Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN IV: Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN V: Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN VI: Hasil Olah Data Dengan SPSS 20
- LAMPIRAN VII: Hasil Uji Hipotesis, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresia Linier Berganda
- LAMPIRAN VIII: Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t
- LAMPIRAN IX: Dokumentasi



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Armstrong, Kotler (2015), "*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*", England : Pearson Education, Inc.
- Boone, Louis E dan Kurtz, David L. (2002). *Pengantar Bisnis. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Ervina. (2012), *Pelayanan Bank Terhadap Nasabah*, Diakses pada 7 Oktober 2015.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gusmadara, Linda (2014) Pengaruh ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi terhadap perilaku perpindahan merek pada pengguna *sim card* simpati PT. Telkomsel tbk di kota padang. *Journal of Economic and Economic Education* Vol.2 No.1 (50-58) ISSN : 2302 – 1590 E-ISSN : 2460 – 1900. STKIP PGRI Sumbar.
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. (2010) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11th edition. McGraw-Hill, Irwin
- Hidayat. (2016). *Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisa Data*. Jakarta: Salemba Medika.
- Ishadi. (2012). Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Iklan Pesaing dan Perilaku Mencari Variasi Terhadap Perilaku Perpindahan Merek Pada Konsumen Shampo Sunsilk. Skripsi Tidak Diterbitkan. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, (2000), *Marketing Management*. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. England: Pearson.
- Kuncoro, Mudrajat. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Mowen, John C. dan Michael Minor, (2012), *Perilaku Konsumen*, Erlangga, Jakarta.
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta

- Peter dan Olson (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi Sembilan. Buku 2. penerbit salemba empat. jakarta.
- Pratiwi, Wulan E, (2016) Pengaruh atribut produk dan promosi terhadap keputusan perpindahan merek (brand switching) (survei pada mahasiswa s1 fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya malang yang berpindah merek menuju kartu seluler indosat ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol.38No.1September2016
administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Servika, Y (2014). *Mindset Kurikulum 2013*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman dan Kanuk. (2015). *Perilaku Konsumen*. Cetakan Keempat, Penerbit PT Indeks.
- Shellyana, Srinivasan, S. (2006). *E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework*. *Psychology & Marketing*, Vol. 20, No. 2, 123-137. Salemba Infotek.
- Shukla, (2011), *Cancer Preventive Properties of Ginger : a Brief Review*, *J Food Chem Toxic*, 45 (5), 683-690.
- Sistaningrum, Widyanintyas. (2002). *Manajemen Penjualan Produk*. Jakarta : kanisius
- Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Suryana. (2001). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susanto, Yosua Dwi (2016) *Pengaruh variety seeking, promosi dan citra merek terhadap keputusan perpindahan blackberry ke smartphone*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Volume 5, Nomor 2, Februari 2016 ISSN : 2461-0593
- Suswadji, (2012) “*Analisis Positioning Produk IM3: Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang*”, *Jurnal Ilmu Pendidikan*, (online), diakses pada 31 Maret 2014 dari <http://jurnal.feunsika.ac.id/wpcontent/uploads/2013/05/ANALISISPOSITIONING-PRODUK-IM3.pdf>
- Swastha dan Irawan, (2005), *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy (2007). *Strategi Pemasaran (Edisi II)*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy (2012). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta
- Husein, Umar (2008). *Metode Ramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi & Bisnis*. Jakarta : Rineka Cipta.

Wibowo, Setyo F (2014) *Pengaruh Atribut Produk Dan Variety Seeking Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Handphone Nokia Ke Smartphone Samsung (Survei Pada Outlet Okeshop Itc Roxy Mas, Jakarta Pusat)*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol. 5, No. 1, 2014

