



**ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN MEREK
PRODUK KARTU SELULER
DI KOTAMADYA YOGYAKARTA**



Oleh

PRAMUDYA KURNIAWAN

20040410034

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2008



**ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN MEREK
PRODUK KARTU SELULER
DI KOTAMADYA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Progam Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2008

SKRIPSI
ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN MEREK
PRODUK KARTU SELULER
DI KOTAMADYA YOGYAKARTA

Diajukan oleh

PRAMUDYA KURNIAWAN
20040410034


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 26 Juni 2008


Yang terdiri dari



Hasnah Rimiwati, SE, M.Si
Ketua Tim Penguji

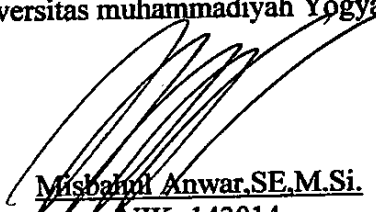


Heru Kurnianto Tjahjono, SE, M.M
Anggota Tim penguji



Fajarwati, SE, M.Si
Anggota Tim penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, SE, M.Si
NIK: 143014

**SKRIPSI
ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN MEREK
PRODUK KARTU SELULER
DI KOTAMADYA YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

PRAMUDYA KURNIAWAN.
20040410034

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing I



5 Juni '08

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Pramudya Kurniawan

Nomor Mahasiswa : 20040410034

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN MEREK PRODUK KARTU SELULER DI KOTAMADYA YOGYAKARTA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat

.....

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku perpindahan merek produk kartu seluler di Kotamadya Yogyakarta. Sampel yang dipakai menggunakan metode purposive sampling dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden, total sample sebanyak 99 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian secara Simultan menunjukkan bahwa kedelapan Variabel independen yaitu, (Harga, ketidakenakan, kegagalan inti layanan, mengalami kegagalan inti layanan, tanggapan atas layanan, daya tarik pesaing, masalah etika, perpindahan tanpa sengaja) secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen (perpindahan merek). Sedangkan Hasil pengujian secara parsial terdapat lima variabel independen (harga kegagalan inti layanan, mengalami kegagalan inti layanan, tanggapan atas layanan, masalah etika), berpengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan merek, dan ketiga variabel yang tidak berpengaruh terhadap perpindahan merek adalah variabel (ketidakenakan, daya tarik pesaing dan perpindahan tanpa sengaja). Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebesar 80, 3% variasi perpindahan merek kartu seluler dapat dijelaskan oleh variasi dari kedelapan variabel independen, sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kata Kunci: Perpindahan merek, Harga, ketidakenakan, kegagalan inti layanan, mengalami kegagalan inti layanan, tanggapan atas layanan, daya tarik pesaing, masalah etika, perpindahan tanpa sengaja.

MOTTO

- Man Jadda Wa Jada (Barang siapa bersungguh-sungguh tentu ia akan mendapat)
- Barang siapa bergembira atas kebbaikannya dan bersedih atas keburukannya maka dia adalah seorang mukmin (Thabrani dari Abu Musara)
- Sebailik baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang Tuaku, Ayah dan Ibuku tercinta yang telah memberikan seluruh kasih sayang, biaya dan doa kepadaku. Sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dan menjadi sarjana.
2. Adiku yang kusayangi Ilham Pramuwijaya, semoga kelak kamu dapat menjadi sarjana seperti kakakmu ini.
3. Kekasihku Tercinta Diach Hastuti yang telah memberikan kasih sayang dan penuh perhatian serta dorongan.
4. Teman-teman kelas manajemen A- 04 yang telah lulus duluan (Iphin, Pras, Priyan, Agung, Heri, Lia, Yuliana) kalian memang tidak setia kawan ospek bareng2 tetapi wisuda kok duluan.
5. Teman-temanku manajemen yang masih pada kuliah (acong, pungky, doni, bonding, nova, cebleng, oto, Anton, Yudi, Irman Wulan, Indri dll) smoga kalian semua cepet BT biar ga jadi mapala.
6. Anak-anak manajemen angkatan 04 yang biasa nongkrong di lobi pasukan teletubies (Sari, Tiwi, Ance, Koko), tante, Reni, Hermin, Rendra, dll.
7. Seluruh anak2 Manajemen angkatan 04 yang namanya belum tercantumkan.

8. Anak2 yang slalu nongkrong di kontrakan Kadipiro dan Kali Code yang Konyol2: sang juragan ENTHOK (Mr.Jambronx), Uji, Unkle sam, Parto, Dadang, Polo, Monaz, Hery, MARWOTO dll.
9. Anak2 Futsal Manajemen 04 Idris, henry, Yoga, dadanx, jaka, Dendy, Mamet, Rivan, imron, suryo, Hendra dll.
10. Teman-teman seperjuanganku (KOSOVO, Tatu, Hery, gepenk, Ririn, Robot, Dedhot)
11. Anak2 kost Rizky (Kriting: Edza, Han, Wisnu, weel-dan, Pangeran, Tedy, Toni, Bagus, gega, Chupenx, wedhus, Kapok dll)
12. Anak2 kost 40 an (sigit, endro, Bobby, Dj Ari)

ABSTRACT

This Research is done/conducted to identify the factors which behaviour influence of Brand switching product of card seluler in Municipality Yogyakarta. Sample weared to use the method of purposive sampling by propagating kuisisioner to respondent, total of sample as much 99 respondent. Analysis technique used in this research use the Technique analyse the doubled regression

Result of research by Simultan is Found that eight of Independent variable that is, (Price, Inconvenience, core service failure, Service encounter failure, Employee Responses to service failure, Attraction by competitor, ethical problem, Involuntary Switching) at a time have an effect on to variable dependent (brand Switching). While examination Result by partial there are five independent variable (Price, core service failure, Service encounter failure, Employee Responses to service failure, ethical problem), having an effect on positive and significant to third Brand Switching and of variable which do not have an effect on to brand Switching is variable (Inconvenience, Attraction by competitor, Involuntary Switching.). Result of research also show that equal to 80, 3% variation of transfer of explainable card seluler brand by variation from eight of independent variable, while rest influenced by factor-factor of is other; dissimilar

Keyword: Brand Switching, Price, Inconvenience, core service failure, Service encounter failure, Employee Responses to service failure, Attraction by competitor

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Analisis Perilaku Perpindahan Merek Produk Kartu Seluler Di Kotamadya Yogyakarta”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan penelitian lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, SE.M.Si Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Hasnah Rimiati, SE,M.Si. Yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan ~~penyempurnaan penelitian selanjutnya sangat~~ ~~diucapkan~~ untuk ke depannya karya tulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	7
2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	8
3. Keputusan Pembelian.....	9
4. Pengertian Merek.....	13
5. Ekuitas Merek.....	13
6. Loyalitas Merek.....	15
7. Perpindahan Merek.....	17
	18

	C. Hipotesis.....	19
	D. Model Penelitian.....	21
BAB III	METODA PENELITIAN.....	22
	A. Subyek Penelitian.....	22
	B. Jenis Data.....	22
	C. Teknik Pengambilan Sampel.....	22
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	23
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
	F. Uji Kualitas instrumen.....	28
	G. Uji Hipotesis Dan Analisis Data.....	30
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
	A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian.....	34
	B. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	35
	C. Uji Hipotesis dan Teknik Analisis Data.....	37
	D. Pembahasan.....	47
BAB V	KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	52
	A. Kesimpulan.....	52
	B. Saran.....	53
	C. Keterbatasan.....	54

DAFTAR TABEL

4.1 Klasifikasi Sampel dan Tingkat Pengembalian.....	34
4.2 Hasil Uji Validitas.....	35
4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia Responden.....	38
4.6 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	39
4.7 Hasil Uji F.....	44
4.8 Hasil Uji t.....	45
4.9 Hasil Uji t.....	47

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Lima tahap Keputusan Pembelian.....	10
2.2 Piramida Loyalitas.....	16
3.1 Model Pembelian.....	21