



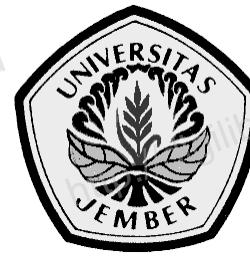
**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS SERTA PROMOSI TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK PADA PROVIDER INTERNET SMARTFREN
DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

Oleh:

NIDZOM FIKRI
070810291112

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS SERTA PROMOSI TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK PADA PROVIDER INTERNET SMARTFREN
DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar sarjana ekonomi

Oleh:

NIDZOM FIKRI
070810291112

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

SURAT PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Nidzom Fikri
NIM : 070810291112
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Serta Promosi Terhadap Perpindahan Merek pada Provider Internet Smartfren di Kota Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 12 April 2012

Yang menyatakan,



Nidzom Fikri
NIM: 070810291112

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS SERTA PROMOSI TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PADA PROVIDER INTERNET SMARTFREN DI KOTA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Nidzom Fikri
NIM : 070810291112

Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

Jember, 12 April 2012

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mampu memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. Imam Suroso,SE, M.Si
NIP. 19591013 198802 1 001

Sekretaris : Dr. M. Dimyati, SE, M. Si
NIP. 19670421 199403 1 008

Anggota : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM
NIP. 19600413 198602 1 002

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh,M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Serta Promosi Terhadap Perpindahan Merek pada Provider Internet Smartfren di Kota Jember

Nama Mahasiswa : Nidzom Fikri

NIM : 070810291112

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM
NIP.19600413 198602 1 002

Pembimbing II

Dr. M. Dimyati, SE, M.Si
NIP. 19670421 199403 1 008

Ketua Jurusan
Program Studi Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Bapak dan ibuku yang tercinta, terima kasih atas segala bimbingan, doanya dan dukungannya.
2. Almarhum kakekku (Ismail ridwan, SH dan Abdul Jalil), Nenekku (Hj. Nurjannah Ismail dan ibu Lut) yang menjadi panutanku selama ini.
3. Bapak Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. M. Dimyati, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Bapak/Ibu Dosen beserta staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
6. Tanteku Hj. Karimah Puji Astuti, mbak Ida, Mbak Sila, ibu Lut, mas Uqi', mbak Ria dan adekku Hasbi, Afton dan Thoriq terimakasih banyak untuk dukungan dan motivasinya.
7. Keluarga besarku terimakasih banyak untuk semua dukungan, semangat serta do'a yang telah dibagi kepadaku.
8. Teman-temanku angkatan 2007, terima kasih semuanya.
9. Teman-temanku yang tercinta di Perumahan Sumber Alam blok F 6 : Hanif (boy), Bagus (A'o), Choy (*legend two*), Aan (ngicuk), Walid (siwo), Eko (kodock), Danang, Eby (aceh) serta teman-teman lainnya terima kasih untuk kebersamaan selama ini.
10. Teman-temanku yang tercinta di UKM SPORT'S yang saya sayangi : Jalbil, Bogy', Pece, Komenk, Adit, Gian, Ongki, Zaki, Molen, Kipli, dll yang ga sempat satu persatu saya sebutkan aku sayang kalian.

MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Al-Baqarah: 153)

“Allah meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”

(Depag RI, 1989 : 421)

“Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya; hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah”

(Abu Bakar Sibli)

“Jadilah kamu manusia yang pada kelahiranmu semua orang tertawa bahagia, tetapi hanya kamu sendiri yang menangis; dan pada kematianmu semua orang menangis sedih, tetapi hanya kamu sendiri yang tersenyum”

(Mahatma Gandhi)

ABSTRAKSI

Tujuan penilitian ini adalah mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Serta Promosi Terhadap Perpindahan Merek Pada Provider Internet Smartfren di Kota Jember. Objek yang diteliti adalah para pengguna provider internet Smartfren di kota Jember. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diambil dari jawaban responden yang mengisi kuisioner yaitu para pengguna provider internet Smartfren yang ada di kota Jember, sedangkan data sekunder penelitian diperoleh dari penelitian sebelumnya dan literatur yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan pendekatan *confirmatory*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh variabel harga terhadap perpindahan merek tidak signifikan, sedangkan pengaruh variabel kualitas terhadap perpindahan merek signifikan, dan pengaruh variabel promosi terhadap perpindahan merek signifikan.

Kata kunci : Harga, Kualitas, Promosi, dan Perpindahan merek

ABSTRACT

This study is to know the influence of price and Quality of Movement and Brand Promotion in Smartfren Internet Provider in the City of Jember. Object under study is the user's Internet provider in town Smartfren Jember. This study uses primary data and secondary data. Primary data was taken from respondents' answers to a questionnaire that the users of internet providers in the city Smartfren Jember, while the secondary data obtained from previous research studies and literature related to research. Sampling technique using a purposive sampling method with the number of respondents as many as 100 people. Analysis tool used is multiple linear regressions with confirmatory approach. The results of data analysis showed that the effect of variable pricing on brand switching is not significant, while the influence of the variable quality of the transfer of significant brands, and the influence of variables significant promotion on brand switching.

Key words: *price, quality, promotion, and brand switching*

PRAKATA

Segala puji hanya kepada Allah SWT atas segala nikmat yang selalu diberikan kepada hamba-Nya, Baik nikmat lahir maupun nikmat batin, nikmat yang tanpa diminta maupun dengan sengaja diminta dari-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Serta Promosi Terhadap Perpindahan Merek Pada Provider Internet Smartfren di Kota Jember”

Tujuan Penulis menyusun skripsi ini, untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Strata I pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Jember. Namun demikian, sangat disadari bahwa Laporan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan yang tak lepas dari kesalahan dan kekurangan mengingat waktu dan pengalaman yang diterima penulis.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang bersangkutan, antara lain :

- a. Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
- b. Ibu Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si dan Bapak Dr. M. Dimyati, SE, M.si selaku Ketua Jurusan dan Sekertaris Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- c. Bapak Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. M. Dimyati, SE, M,Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
- d. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini.
- e. Bapak dan ibuku yang tercinta, terima kasih atas segala bimbingan, doanya dan dukungannya.
- f. Almarhum kakekku (Ismail ridwan, SH dan Abdul Jalil), Nenekku (Hj. Nurjannah Ismail dan ibu Lut) yang menjadi panutanku selama ini.

- g. Tanteku Hj. Karimah Puji Astuti, mbak Ida, Mbak Sila, ibu Lut, mas Uqi', mbak Ria dan adekku Hasbi, Afton dan Thoriq terimakasih banyak untuk dukungan dan motivasinya.
- h. Keluarga besarku terimakasih banyak untuk semua dukungan, semangat serta do'a yang telah dibagi kepadaku.
- i. Teman-temanku angkatan 2007, terima kasih semuanya.
- j. Teman-temanku yang tercinta di Perumahan Sumber Alam blok F 6 : Hanif (boy), Bagus (A'o), Choy (*legend two*), Aan (ngicuk), Walid (siwo), Eko (kodock), Danang serta teman-teman lainnya terima kasih untuk kebersamaan selama ini.
- k. Teman-temanku yang tercinta di UKM SPORT'S yang saya sayangi : Jalbil, Bogy', Pece, Komenk, Adit, Gian, Ongki, Zaki, Molen, Kipli, dll yang ga sempat satu persatu saya sebutkan aku sayang kalian.

Akhir kata, semoga skripsi ini banyak memberikan manfaat kepada pembaca sekalian.

Jember, 12 April 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI.....	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan	5
1.3.2 Manfaat	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Konsep Merek	8
2.2.2 Konsumen Berpindah Merek	9
2.2.3 Brand Switching	9
2.2.4 Harga	11
2.2.5 Kualitas	12
2.2.6 Promosi	13

2.2.7 Kepuasan Konsumen	13
2.2.8 Kebutuhan Mencari Variasi Produk	15
2.2.9 Orientasi Pelanggan atau Konsumen	16
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	17
2.4 Hipotesis	19
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1 Rancangan Penelitian.....	20
3.2 Prosedur Pengumpulan Data.....	20
3.2.1 Populasi.....	20
3.2.2 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.2.3 Populasidan Sampel Penelitian	21
3.3 Identifikasi Variabel.....	22
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.5 Tehnik Pengukuran	23
3.6 Uji Istrumen Penelitian	24
3.6.1 Uji Validitas Data	24
3.6.2 Uji Reabilitas	24
3.7 Metode Penelitian Data.....	25
3.7.1 Uji Asumsi Linier Berganda Dengan Pendekatan Konfirmatory.....	25
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda Dengan Pendekatan Konfirmatory.....	26
3.7.3 <i>Confirmatory Technique</i>	26
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	31
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.2 Karakteristik Responden.....	34
4.1.3 Diskripsi Variabel.....	35

4.1.4 Uji Validitas dan Reabilitas	37
4.1.5 Uji Asumsi Regresi <i>Confirmatory</i>	38
4.1.6 Analisis Regresi Dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i>	40
4.2 Pembahasan	42
4.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Perpindahan Merek Pada Provider Internet Merek Smartfren	42
4.2.2 Pengaruh Kualitas Terhadap Perpindahan Merek Pada Provider Internet Merek Smartfren.....	43
4.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Perpindahan Merek Pada Provider Internet Merek Smartfren	44
4.3 Keterbatasan Penelitian	44
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang	8
Tabel 3.1 : Uji Kesesuaian Model.....	30
Tabel 4.1 : Statistik Deskriptif Demografi Responden	35
Tabel 4.2 : Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	35
Tabel 4.3 : Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas	36
Tabel 4.4 : Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi	36
Tabel 4.5 : Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Perpindahan Merek	36
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.7 : Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 4.8 : Indeks Kesesuaian Regresi Dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i>	41
Tabel 4.9 : Hasil Uji Regresi Dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i>	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 ; Kerangka Konseptual Penelitian	18
Gambar 3.1 : Kerangka Pemecahan Masalah	31
Gambar 4.1 : Hasil Analisis SEM	40