



**ANALISIS PEGARUH VARIABEL-VARIABEL BAURAN
PEMASARAN TERHADAP PERILAKU PERPINDAHAN
MEREK MELALUI KETIDAKPUASAN PELANGGAN
PADA PENGGUNA BLACKBERRY DIKALANGAN
MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS JEMBER**

THE ANALYSIS ON THE VARIABLES OF MARKETING FACTORS
TOWARDS THE BRAND-SWITCHING BEHAVIOR AS REFLECTED BY
CUSTOMERS' DISSATISFACTION OF BLACKBERRY USERS AMONG
STUDENTS OF MANAGEMENT DEPARTMENT JEMBER UNIVERSITY

SKRIPSI

oleh

Tyties Purbaningsih

NIM. 100810201249

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**



**ANALISIS PEGARUH VARIABEL-VARIABEL BAURAN
PEMASARAN TERHADAP PERILAKU PERPINDAHAN
MEREK MELALUI KETIDAKPUASAN PELANGGAN
PADA PENGGUNA BLACKBERRY DIKALANGAN
MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS JEMBER**

THE ANALYSIS ON THE VARIABLES OF MARKETING FACTORS
TOWARDS THE BRAND-SWITCHING BEHAVIOR AS REFLECTED BY
CUSTOMERS' DISSATISFACTION OF BLACKBERRY USERS AMONG
STUDENTS OF MANAGEMENT DEPARTMENT JEMBER UNIVERSITY

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

oleh

Tyties Purbaningsih

NIM. 100810201249

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN ASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Tyties Purbaningsih
NIM : 100810201249
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Variabel-variabel BAuran PEmasaran Terhadap Perilaku Perpindahan Merek Melalui Ketidakpuasan Pelanggan Pada Pengguna Blackberry Dikalangan Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat Adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikin pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya-benarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember 29 Mei 2013

Yang menyatakan,

Tyties Purbaningsih
NIM . 100810201249

PERSETUJUAN

Judul skripsi : Analisis Pengaruh Variabel-variabel BAuran PEmasaran Terhadap Perilaku Perpindahan Merek Melalui Ketidakpuasan Pelanggan Pada Pengguna Blackberry Dikalangan Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Tyties Purbaningsih

NIM : 100810201249

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui : 21 Mei 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Abdul Halim, M.Si
NIP. 19830912 200812 2 001

Gusti Ayu Wulandari, SE,MM
NIP. 19501221 197801 1 001

Ketua Jurusan

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M. Si
NIP. 19661020 1990002 2001

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PEGARUH VARIABEL-VARIABEL BAURAN PEMASARAN TERHADAP PERILAKU PERPINDAHAN MEREK MELALUI KETIDAKPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA BLACKBERRY DIKALANGAN MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Tyties Purbaningsih

NIM : 100810201249

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal :

29 Mei 2013

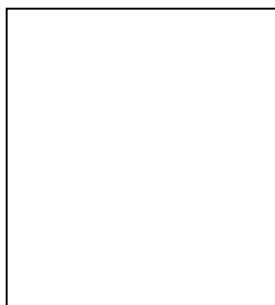
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : **Dr. Imam Suroso, SE., M.Si** : (.....)
NIP. 19591013 1988021 001

Sekretaris : **Drs. Abdul Halim, M.Si** : (.....)
NIP. 19501221 197801 1 001

Anggota : **Gusti Ayu Wulandari, SE, MM** : (.....)
NIP. 19830912 200812 2 001



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Dr. Moehammad Fathorrazi SE., M.Si
NIP. 196306141990021001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ❖ Bapak dan Ibuku tercinta, yang selalu dengan tulus menyayangiku, membesarkanku, mendidikku, dan memberikan semangat untukku serta selalu mendoakan yang terbaik untukku.
- ❖ Keluarga besarku, terimakasih untuk semua motivasi dan dukungannya.
- ❖ Dan Almamaterku tercinta tempat aku menimba ilmu, Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTTO

Seorang optimis memandang pada bunga mawar saja, bukan pada durinya, seorang pesimis merenungi duri, acuh tak acuh pada bunganya.

Orang tidak boleh tidak tahu malu. Malu bila tidak tahu malu, menjadikan orang tidak menanggung malu

Ketika telah jelas bahwa tujuan tak dapat tercapai jangan betulkan tujuan Anda, betulkanlah langkah - langkah tindakan Anda

Seekor burung hantu yang bijaksana duduk di sebatang dahan.

- confucius -

RINGKASAN

Analisis Pegaruh Variabel-Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Perpindahan Merek Melalui Ketidakpuasan Pelanggan Pada Pengguna Blackberry; Tyties Purbaningsih; 100810201249; 2013; 103 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Telephone genggam (*handphone*) atau telepon seluler saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat dimana kepemilikannya tidak hanya didasarkan fungsi utama *handphone* sebagai alat komunikasi, tetapi fitur tambahan serta desain produk juga menjadi dasar pertimbangan dalam memutuskan memilih jenis atau merek produk. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penurunan market share Blackberry pada kuartal kedua 2012 setelah diluncurkannya *handphone* berbasis *smarthphone* lainnya. Hal ini mengindikasikan terjadinya fenomena beralihnya pengguna Blackberry ke *smartphone* merek lain atau yang sering kita sebut *brand switching*. Oleh sebab itu kita perlu mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen melakukan *brand switching*. Penelitian ini berfokus pada analisis besarnya pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku perpindahan merek melalui ketidakpuasan pengguna *blackberry*.

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*). Populasi dari penelitian ini Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Dengan jumlah populasi yang dijadikan dasar pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 701 Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang diambil mulai angkatan 2009 sampai dengan 2011. Sampel yang terpilih sebanyak 120 responden dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan yang digunakan adalah analisis jalur (*analisis path*). *Path analysis* merupakan bagian dari analisis regresi dan digunakan untuk menganalisis hubungan kausal antara *variable-variabel* bebas terhadap *variable* terikat. Dengan melakukan perhitungan-perhitungan menurut metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan *software SPSS 15.0 for windows*.

Penelitian ini memperoleh hasil dan kesimpulan bahwa bauran pemasaran meliputi produk, harga, promosi dan tempat berpengaruh signifikan terhadap ketidakpuasan pelanggan serta perilaku perpindahan merek pada pengguna *blackberry*. Hal ini mengindikasikan jika bauran pemasaran meliputi produk, harga, promosi, dan tempat semakin buruk maka akan meningkatkan ketidakpuasan konsumen sehingga akan mengakibatkan semakin tingginya tingkat perpindahan merek atau *brand switching* pada pengguna *blackberry*.

SUMMARY

The Analysis on the Variables of Marketing Factors towards the Brand-switching Behavior as Reflected by Customers' Dissatisfaction of Blackberry Users; Tyties Purbaningsih; 100810201249; 2013; 103 pages; Management Department Faculty of Economics Studies University of Jember

Mobile phone has become part of people's lifestyle. The reasons of possessing are not merely based on the primary function of communication, but also the added features as well as the design of the products. This research was foregrounded by the market share downturn of the Blackberry phone on the second quarter of 2012 following the release of the similar smart phone-based mobile phones. This downturn translated as a brand-switching phenomenon. Since the downturn is understood as the cause of such phenomenon, it is therefore important to find out the underlying reasons that may affect customers' behavior. This research focused on the analysis on the mixed marketing variables towards the brand switching behavior through customers' dissatisfaction of Blackberry users.

This research was intended as an explanatory research. The population of this research was the students of Management Department Faculty of Economics studies University of Jember, numbering 701 individuals and representing the 2009 – 2011 levels. Of the number of population, 120 individuals were taken as the samples with the help of purposive sampling method. Regarding data analysis, this research employed path analysis. Path analysis, the subordinate of the most commonly known regression analysis, was used for analyzing the causal correlation among the independent variables towards the dependent variables. The analysis was conducted by performing the calculations as suggested by the quantitative research methods by employing the SPSS software 15.0 for windows.

This research generated results and conclusions which stated that the marketing factors including product, price, promotion and, place did affect significantly towards the customers' dissatisfaction as well as their behavior of brand switching of the Blackberry users. Furthermore, it was revealed that the less quality of product, price, promotion and, place offered to customers, the higher level of customers' dissatisfaction would it be. This, in turn, might propel the brand switching of the Blackberry users to somewhat even higher level, respectively.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Asosiasi Merek Dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Lulur Mandi Purbasari Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. M. Fathorrazi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b. Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- c. Drs. H. Abdul Halim, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- d. Gusti Ayu Wulandari, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- e. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas`Ekonomi Universitas Jember.
- f. Kedua orang tuaku Bapak Darto dan Ibu Mujiasih tercinta dan tersayang, yang selalu dengan tulus menyayangiku, membesarkanku, mendidikku, dan memberikan semangat untukku serta selalu mendoakan yang terbaik untukku.

- g. Kedua adikku tersayang Diah Margareta dan Brista Memoranda yang senantiasa mampu memberiku tawa
- h. Teman spesialku, terimakasih untuk kasih sayang, perhatian, motivasi dan dukungannya selama ini.
- i. Sahabat-sahabatku tercinta Tita Puspitasari, Tyties Purbaningsih, Vyrunica Hardi, Nia Pramitasari. Terimakasih atas kebersamaan, kasih sayang, dukungan doa, perhatian dan bantuannya yang telah diberikan untuk penulis selama ini.
- j. Seluruh teman-teman kost jawa 4 no.7a terimakasih atas kebersamaanya selama ini, kasih sayang, dukungan doa, perhatian dan bantuannya yang telah diberikan untuk penulis selama ini.
- k. Seluruh teman-teman alih jenjang Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- l. Semua pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebut satu persatu. Terimakasih sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat akan sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan bagi yang membacanya.

Jember, Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Konsep Merek	
2.1.2 Perilaku Konsumen	9
2.1.3 <i>Brand Switching</i>	10
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	11
2.1.5 Ketidakpuasan Konsumen.....	14
2.1.6 Bauran Pemasaran	16
2.2 Penelitian Terdahulu	21

2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.4 Hipotesis	24
BAB 3. METODE PENELITIAN	25
3.1 Rancangan Penelitian.....	25
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel	27
3.2 Identifikasi Operasional Variabel	28
3.3. Definisi Operasional Variabel	29
3.3.1 Skala Pengukuran Data.....	29
3.2 Uji Instrumen	30
3.2.1 Uji Validitas.....	30
3.2.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.3 Metode Analisis Data	31
3.3.1 Analisis Deskriptif.....	31
3.3.2 Analisis Jalur	31
3.3.3 Uji Asumsi Klasik	35
3.4 Uji Hipotesis	36
3.5 Menghitung Jalur	37
3.6 Kerangka Pemecahan Masalah	39
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Wilayah dan Objek Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Universitas Jember	41
4.1.2 Perkembangan <i>BlackBerry</i>	42
4.1.3 Analisis Deskriptif.....	43
4.1.4 Hasil Pengujian Instrumen	48
4.1.5 Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	50
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	51
4.1.7 Hasil Perhitungan Jalur.....	53
4.1.8 Hasil Uji Asumsi Klasik	55

4.2 Pembahasan	58
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Sekarang	22
3.1 Jumlah Mahasiswa Jurusan Manajemen.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel	29
4.1 Deskripsi Variabel Produk (X_1).....	44
4.2 Deskripsi Variabel Harga (X_2).....	45
4.3 Deskripsi Variabel Promosi (X_3)	45
4.4 Deskripsi Variabel Tempat (X_4).....	46
4.5 Deskripsi Variabel Produk (Z)	47
4.6 Deskripsi Variabel Produk (Y)	48
4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	49
4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	50
4.9 Koefisien Jalur Pengaruh Langsung	50
4.10 Hasil Ringkasan Uji t Pada Persamaan 1 dan 2.....	51
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas Pada Persamaan 1 dan 2	57
4.12 Hasil Uji Normalitas	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual.....	23
3.1 Model Analisis Jalur (Path Analysis) Berdasarkan Koefisien ().....	34
3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	39
4.1 Model Analisis Jalur	53
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan Pertama	56
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan Kedua	56

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	70
Lampiran 2. Rekapitulasi Data Responden	73
Lampiran 3. Frekuensi.....	75
Lampiran 4. Uji Instrumen Data.....	78
Lampiran 5. Uji Analisis Jalur	82
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik.....	84