



**ANALISIS PENGARUH PERILAKU *BRAND SWITCHING* OLI
MESIN SEPEDA MOTOR PADA *CUSTOMER* (STUDI PADA
ANGGOTA CLUB MOTOR DI KABUPATEN JEMBER)**

SKRIPSI

Oleh

I Kadek Pendi Artana

NIM 070810291227

PROGRAM STUDI MANAJEMEN (SORE)

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS JEMBER

2010

ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Perilaku *Brand Switching* Oli Mesin Sepeda Motor Pada *Customer* (Studi Pada Anggota Club Motor Di Kabupaten Jember)”. Dalam hal ini objek yang diteliti adalah produk oli mesin sepeda motor dengan merek Mesran, Evalube, Top One, Castrol, dan Shell. Tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh langsung variabel *Independent* yang terdiri dari pengalaman sebelumnya (*Prior Experience*), harga (*price*) dan media pencarian (*media search*) terhadap variabel *dependent* (*brand switching*), dan pengaruh tidak langsungnya melalui variabel perantara (ketidakpuasan pelanggan). Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari respond atau jawaban atas kuesioner yang diisi oleh responden pada anggota klub motor di Jember.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan tingkat signifikan (α) sebesar 5%. Dari hasil analisis pengalaman sebelumnya berpengaruh signifikan terhadap ketidakpuasan pelanggan dan juga berpengaruh secara signifikan terhadap *brand switching*, harga berpengaruh secara signifikan terhadap ketidakpuasan pelanggan dan *brand switching*, media pencarian berpengaruh secara signifikan terhadap ketidakpuasan pelanggan dan juga berpengaruh secara signifikan terhadap *brand switching*, dan ketidakpuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap *brand switching*.

Kata kunci : *Brand Switching, Ketidakpuasan Pelanggan, Pengalaman Sebelumnya, Harga dan Media pencarian.*

ABSTRACT

This study titled "Analysis of the Influence of Brand Switching Behavior on Motorcycle Engine Oil Customer (Studies on Club Motor Members In Jember district)." In this case, the object under study is a motorcycle engine oil products with brands Mesran, Evalube, Top One, Castrol, and Shell. Aim to find out how the direct influence of independent variables consisting of previous experience (Prior Experience), price (price) and search media (media search) against the dependent variable (brand switching), and its indirect effects through intermediary variables (customer dissatisfaction). This study uses primary data drawn from the respond or the answer to the questionnaires filled out by respondents at the motorcycle club members in Jember.

The sampling technique using a purposive sampling and accidental sampling with total sample of 100 people. The used analytical tool was path analysis with significance level (α) of 5%. Result from the analysis, previous experience has a significant effect on customer dissatisfaction and also has a significantly influence on brand switching, price significantly influence the customer dissatisfaction and brand switching, search media significantly influence customer dissatisfaction and also significantly influence on brand switching, and customer dissatisfaction significantly influence the brand switching.

Keywords: Brand Switching, Customer Dissatisfaction, Previous Experience, Price and Media search.

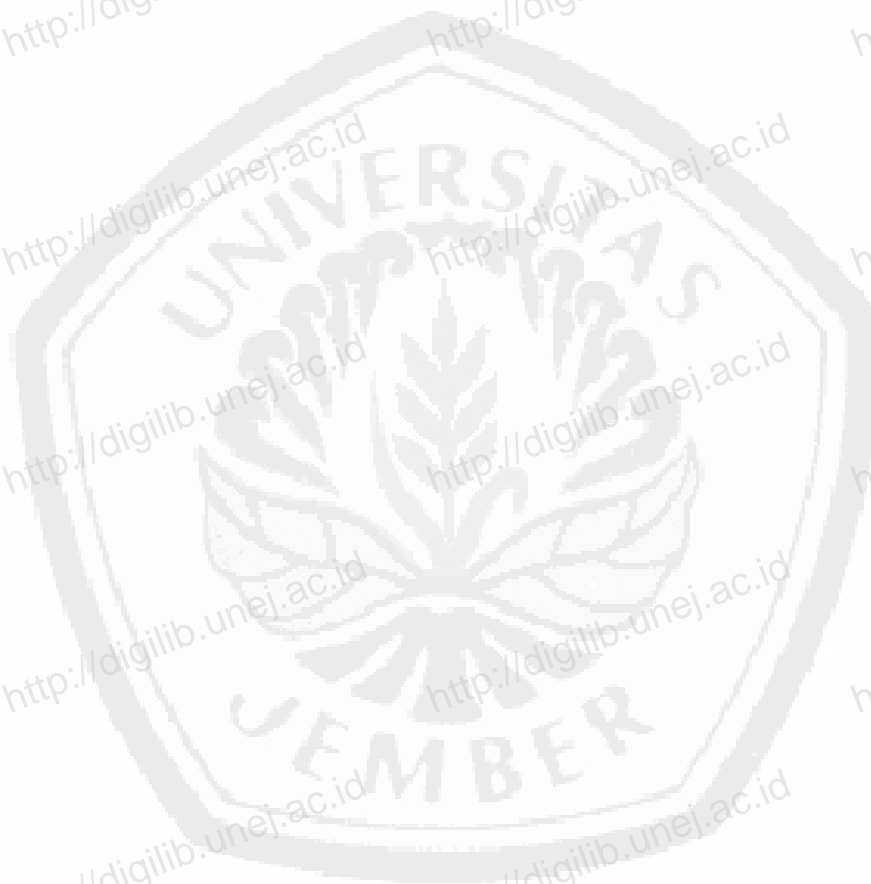
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
ABSTRAKSI	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
1.4 Batasan Masalah	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya	7
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Konsep Merek (<i>Brand</i>)	10
2.2.2 <i>Brand Switching</i>	11
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i> ..	13
2.3 Kerangka Konseptual	16
2.4 Hipotesis	16
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	18

3.1 Rancangan Penelitian	18
3.2 Jenis dan Sumber Data	18
3.2.1 Jenis Data	18
3.2.2 Sumber Data	18
3.3 Metode Pengumpulan Data	19
3.4 Populasi dan Sampel	19
3.5 Identifikasi Variabel	20
3.6 Definisi Operasional Variabel	20
3.7 Skala Pengukuran	22
3.8 Uji Instumen	22
3.8.1 Uji Validitas	22
3.8.2 Uji Reliabilitas	23
3.9 Metode Analisis Data	24
3.9.1 Analisis Deskriptif	24
3.9.2 Analisis Jalur	24
3.10 Uji Asumsi Klasik	26
3.10.1 Uji Multikolinieritas	26
3.10.2 Uji Heterokedastisitas	26
3.10.3 Uji Autokorelasi	27
3.10.4 Uji Normalitas	27
3.10 Keterangan Pemecahan Masalah	28
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Sekilas Tentang Minyak Pelumas	30
4.2 Gambaran Umum Tentang Oli Sepeda Motor	31
4.2.1 Oli Pelumas Mesin Mesran	31
4.2.2 Oli Pelumas Mesin Evalube	31
4.2.3 Oli Pelumas Mesin Top One	32
4.2.4 Oli Pelumas Mesin Castrol	33
4.2.5 Oli Pelumas Mesin Shell	34
4.3 Gambaran Umum Tentang Wilayah Penelitian (Klub Motor di Kabupaten Jember)	35

4.4 Karakteristik Responden	35
4.5 Hasil Analisis Data	40
4.5.1 Uji Validitas	41
4.5.2 Uji Reliabilitas	42
4.5.3 Analisis Deskriptif	43
4.5.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	48
4.5.6 Perhitungan Jalur	50
4.5.7 Uji Asumsi Klasik	52
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis	58
4.6.1 Hipotesis Pertama (H_{a1})	58
4.6.2 Hipotesis Kedua (H_{a2})	59
4.6.3 Hipotesis Ketiga (H_{a3})	60
4.6.4 Hipotesis Keempat (H_{a4})	60
4.6.5 Hipotesis Kelima (H_{a5})	61
4.6.6 Hipotesis Keenam (H_{a6})	61
4.6.7 Hipotesis Ketujuh (H_{a7})	62
4.7 Pembahasan	63
4.7.1 Pengalaman Sebelumnya Berpengaruh Terhadap Ketidakpuasan Pelanggan	63
4.7.2 Harga Berpengaruh Terhadap Ketidakpuasan Pelanggan	64
4.7.3 Media Pencarian Berpengaruh Terhadap Ketidakpuasan Pelanggan	64
4.7.4 Pengalaman Sebelumnya Berpengaruh Terhadap <i>Brand</i> <i>Switching</i>	65
4.7.5 Harga Berpengaruh Terhadap <i>Brand switching</i>	66
4.7.6 Media Pencarian Berpengaruh Terhadap <i>Brand</i> <i>Switching</i>	66
4.7.7 Ketidakpuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap <i>Brand</i> <i>Switching</i>	67
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	69

5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian-Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	8
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	37
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terahir .	37
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Beralih Merek Oli...	38
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Beralih Merek Oli	39
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Produk Yang Digunakan Saat ini	39
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Produk Yang Digunakan Sebelumnya	40
Tabel 4.10 Rekapitulasi Perhitungan Validitas	41
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Tingkat Reliabilitas Intrumen	42
Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pengalaman Sebelumnya (X_1)	43
Tabel 4.13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga (X_2)	44
Tabel 4.14 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Media Pencarian (X_3) ..	45
Tabel 4.15 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Ketidakpuasan Pelanggan (Z)	46
Tabel 4.16 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Switching</i> (Y)	47
Tabel 4.17 Hasil Analisis Jalur	49
Tabel 4.18 Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung	52
Tabel 4.19 Uji Multikolinieritas	53

Tabel 4.20 Hasil Uji Autokorelasi	56
Tabel 4.21 Nilai Koefisien Jalur Dan Pengujian Hipotesis Pertama	59
Tabel 4.22 Nilai Koefisien Jalur Dan Pengujian Hipotesis Kedua	59
Tabel 4.23 Nilai Koefisien Jalur Dan Pengujian Hipotesis Ketiga	60
Tabel 4.24 Nilai Koefisien Jalur Dan Pengujian Hipotesis Keempat	60
Tabel 4.25 Nilai Koefisien Jalur Dan Pengujian Hipotesis Kelima	61
Tabel 4.26 Nilai Koefisien Jalur Dan Pengujian Hipotesis Keenam	62
Tabel 4.27 Nilai Koefisien Jalur Dan Pengujian Hipotesis Ketujuh	62



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	16
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur	25
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	28
Gambar 4.1 Hasil Analisis Jalur	49
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas Pertama	54
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas Kedua	55
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas Ketiga	55
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Pertama	57
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas Kedua	57
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas Ketiga	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Uji Validitas
- Lampiran 4 Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Analisis Distribusi Frekuensi
- Lampiran 6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda Jalur
- Lampiran 7 Uji Multikolinieritas
- Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 9 Uji Autokorelasi
- Lampiran 10 Uji Normalitas

