



**ANALISIS PERILAKU BRAND SWITCHING PENGGUNA SELULAR  
GSM PRABAYAR BERBASIS KETIDAKPUASAN DAN PENCARIAN  
VARIASI PADA KONSUMEN MAHASISWA UNIVERSITAS JEMBER**

**SKRIPSI**

Oleh

**SINGGIH PERMONO**

**NIM. 090810201088**

**Jurusan Manajemen**

**Fakultas Ekonomi**

**Universitas Jember**

**2013**



**ANALISIS PERILAKU BRAND SWITCHING PENGGUNA SELULAR  
GSM PRABAYAR BERBASIS KETIDAKPUASAN DAN PENCARIAN  
VARIASI PADA KONSUMEN MAHASISWA UNIVERSITAS JEMBER**

**SKRIPSI**

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

Oleh

**Singgih Permono**

**NIM. 090810201088**

**Jurusan Manajemen**

**Fakultas Ekonomi**

**Universitas Jember**

**2013**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER– FAKULTAS EKONOMI**

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : SINGGIH PERMONO  
NIM : 090810201088  
Jurusan : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Brand Switching Pengguna  
Selular GSM Prabayar Berbasis Ketidakpuasan Dan  
Pencarian Variasi Pada Konsumen Mahasiswa  
Universitas Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian 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, 18 November 2013

Yang menyatakan,

Singgih Permono  
NIM 090810201088

## LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL : ANALISIS PERILAKU BRAND SWITCHING  
PENGGUNA SELULAR GSM PRABAYAR BERBASIS  
KETIDAKPUASAN DAN PENCARIAN VARIASI PADA  
KONSUMEN MAHASISWA UNIVERSITAS JEMBER

NAMA : SINGGIH PERMONO

NIM : 090810201088

JURUSAN : MANAJEMEN

KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Abdul Halim, M.si  
NIP.19501221 197801 1 001

H.N. Ari Subagio, SE, M.Si  
NIP. 19731109 200003 1 002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan

Dr. Handriyono , SE, M.Si  
NIP. 19620802 199002 1 001

## PENGESAHAN

### **Analisis Perilaku Brand Switching Pengguna Selular GSM Prabayar Berbasis Ketidakpuasan Dan Pencarian Variasi Pada Konsumen Mahasiswa Universitas Jember**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh ;

Nama : Singgih Permono  
NIM : 090810201088  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal ;

18 November 2013

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

#### Susunan Tim Penguji

1. Ketua : Drs. Ketut Indra Ningrat, M.Si (.....)  
NIP. 19610710 198902 1 002
2. Sekretaris : H.N. Ari Subagio, SE, M.Si (.....)  
NIP. 19731109 200003 1 002
3. Anggota : Drs. H. Abdul Halim, M.si (.....)  
NIP.19501221 197801 1 001

FOTO

4 x 6 cm

Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.  
NIP. 19630614 19900 2 100

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan kepada ;

1. Kedua orang tuaku tercinta “Bapak Jajuli & Ibu Martini”, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini.
2. Semua keluargaku yang sangat berjasa dalam perjalanan hidupku. Untuk semua butiran keringat, cucuran air mata, harapan, dan seluruh cinta. Terima kasih atas semua untaian do’a dan kasih sayang yang tiada henti.
3. Almamater yang aku banggakan UNIVERSITAS JEMBER.

## **MOTTO**

“Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat. Tidak ada yang dapat  
menggantikan kerja keras”

( Thomas A. Edison )

“Barang Siapa Menempuh Suatu Jalan Untuk Mencari Ilmu, Maka Allah SWT  
Akan Memudahkan Baginya Jalan Ke Syurga”

( H.R. Muslim )

“Hanya kebodohan meremehkan pendidikan”

( P.Syrus )

"Dalam hidup, ada hal yang datang dengan sendirinya, dan ada hal yang harus  
diperjuangkan dahulu untuk mendapatkannya."

( Penulis )



**SKRIPSI**

**ANALISIS PERILAKU BRAND SWITCHING PENGGUNA SELULAR  
GSM PRABAYAR BERBASIS KETIDAKPUASAN DAN PENCARIAN  
VARIASI PADA KONSUMEN MAHASISWA UNIVERSITAS JEMBER**

Oleh

**Singgih Permono**

**NIM 090810201088**

Pembimbing

**Dosen Pembimbing I : Drs. H. Abdul Halim, M.si**

**Dosen Pembimbing II : H.N. Ari Subagio, SE, M.Si**



## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan ada tidaknya pengaruh variabel ketidakpuasan konsumen pada harga, ketidakpuasan konsumen pada produk, ketidakpuasan konsumen pada promosi, ketidakpuasan konsumen pada layanan konsumen, dan pencarian variasi terhadap perilaku *Brand Switching* pengguna kartu seluler GSM prabayar pada konsumen Mahasiswa Universitas Jember. Metode sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Jumlah sampel yang diambil adalah 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan variabel ketidakpuasan konsumen pada produk, ada pengaruh signifikan variabel ketidakpuasan konsumen pada harga, tidak ada pengaruh signifikan variabel ketidakpuasan konsumen pada promosi, tidak ada pengaruh signifikan variabel ketidakpuasan konsumen pada layanan konsumen, dan ada pengaruh signifikan variabel pencarian variasi terhadap perilaku *Brand Switching* pengguna kartu seluler GSM prabayar pada mahasiswa Universitas Jember.

**Kata kunci :** *Brand Switching* dan *Variety Seeking*

## **SUMMARY**

*This study aims to find , analyze , and prove the existence of a variable influence on the price of consumer dissatisfaction , consumer dissatisfaction on the product , the promotion of consumer dissatisfaction , customer dissatisfaction on customer service , and the search for variations on Brand Switching behavior of users of GSM mobile prepaid cards to consumers Students University of Jember . The sampling method used was purposive sampling . Number of samples taken was 100 respondents . The analytical method used was multiple linear regression analysis .*

*The analysis showed that there was a significant influence on product consumer dissatisfaction variables , no significant effect on the prices of consumer dissatisfaction variables , no significant influence on the promotion of consumer dissatisfaction variables , no significant effect on consumer dissatisfaction variable customer service , and no significant effect of search variables variation on Brand Switching behavior of mobile GSM prepaid card users in Jember University students.*

**Keywords:** *Brand Switching and Variety Seeking*

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada ;

1. Bapak Dr. Mohammad Fathorozi, S.E, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Handriyono , SE, M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. H. Abdul Halim, M.si selaku Dosen Pembimbing I dan H.N. Ari Subagio, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, semangat, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Bapak Ketua Tim Penguji.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
6. Teristimewa Bapakku dan Ibu tersayang. Terima kasih teramat atas moril dan materiil, juga semangat, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian.
7. Ibuk Ernita, Mbak Yuli, Lek Tomo dan keluarga semuanya atas bantuan doa dan materi serta motivasi untuk kuliah.
8. Adekku Anggun Puspa Dewi dan seluruh saudaraku yang telah memberikan inspirasi, motivasi, serta doa.
9. Rekan dan kawanku seluruh manajemen 2009 F.E. – UNEJ, Yusup, Yocki, Indra, Iken, Agus, Enggar, Nana, Fandi, Ari, Danar, Vida, Adin terima kasih untuk doa dan bantuannya selama masa kuliah.
10. Seluruh penghuni kosan Istana Lembah Sofa tanpa terkecuali.
11. Teman-teman KKN Dawuhan.
12. Semua yang menjadi teman Singgih San II baik di dunia nyata maupun dunia maya.

Semoga Allah SWT selalu memberikan hidayah dan rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, 18 November 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vii
<b>HALAMAN PEMBIMBING</b> .....	viii
<b>RINGKASAN</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	7
<b>1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian</b> .....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	10
2.1.1 Merek (Branding) .....	10

2.1.2 Brand Switching .....	12
2.1.3 Pencarian Variasi ( <i>Variety Seeking</i> ) .....	14
2.1.4 Kepuasan Konsumen .....	15
2.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ketidakpuasan Konsumen.....	17
<b>2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>24</b>
<b>2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis.....</b>	<b>27</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>29</b>
<b>3.2 Jenis Data .....</b>	<b>29</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>30</b>
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>31</b>
<b>3.5 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>31</b>
3.5.1 Identifikasi Variabel.....	31
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	32
<b>3.6 Skala Pengukuran Variabel .....</b>	<b>35</b>
<b>3.7 Pengujian Instrumen .....</b>	<b>36</b>
3.7.1 Uji Validitas .....	36
3.7.2 Uji Reabilitas .....	36
<b>3.8 Metode Analisis Data.....</b>	<b>36</b>
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	37
<b>3.9 Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>42</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian.....</b>	<b>44</b>

4.1.1 Gambaran Umum Kartu Seluler GSM .....	44
4.1.2 Gambaran Umum Tentang Objek Penelitian.....	53
4.1.3 Karakteristik Responden.....	55
4.1.4 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	58
<b>4.2 Uji Instrumen .....</b>	<b>69</b>
4.2.1 Uji Validitas .....	69
4.2.2 Uji Reabilitas .....	71
<b>4.3 Analisis data .....</b>	<b>74</b>
4.3.1 Analisis Regresi Linear berganda .....	74
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	76
4.3.3 Uji Hipotesis .....	80
<b>4.4 Pembahasan.....</b>	<b>83</b>
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>91</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>92</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Operator dan Layanan Telekomunikasi di Indonesia.....	2
1.2 Perkembangan Jumlah Pelanggan Telepon Bergerak Seluler 2006 – 2010 .....	2
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
3.1 Kriteria nilai VIF tentang terjadi tidaknya Multikolinearitas .....	38
4.1 Tarif paket perdana IM3.....	49
4.2 Jumlah Mahasiswa Fakultas dan Program Studi Universitas Jember.....	54
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Perpindahan Merek Kartu Seluler .....	57
4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Merek Kartu Seluler yang di pakai.....	57
4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Merek Kartu Seluler yang di pakai sebelumnya.....	58
4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Kualitas Jaringan (X1.1) .....	59
4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Desain Logo, Kemasan dan Desain Produk (X1.2).....	60



4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Inovasi Teknologi (X1.3).....	60
4.11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas Merek Seluler GSM (X2.1).....	62
4.12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Bonus yang ditawarkan (X2.2) .....	61
4.13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Syarat Dan Ketentuan Dalam Menentukan Tarif (X2.3) .....	62
4.14 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Kemenarikan Iklan Dari Merek Lain (X3.1) .....	63
4.15 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Pengaruh Orang Lain (X3.2).....	64
4.16 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Penggunaan Selebriti Dalam Iklan (X3.3) .....	64
4.17 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator kemudahan dalam menghubungi dan profesionalisme layanan konsumen (X4.1).....	65
4.18 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Adanya Gerai atau Outlet Seluler Di Setiap Kota (X4.2) .....	66
4.19 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Adanya Biaya Dalam Menghubungi Layanan <i>Call Center</i> (X4.3) .....	66
4.20 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Adanya Rasa Bosan	

Terhadap Merek Kartu Seluler GSM yang Dipakai (X5.1) .....	67
4.21 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Banyaknya Merek Kartu Seluler GSM (X5.2) .....	68
4.22 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Indikator Tidak Khawatir Dalam Mencoba Merek Yang Berbeda (X5.3).....	68
4.23 Hasil Uji Validitas Variabel ketidakpuasan konsumen pada produk (X <sub>1</sub> ).....	69
4.24 Hasil Uji Validitas ketidakpuasan konsumen pada harga (X <sub>2</sub> ) .....	70
4.25 Hasil Uji Validitas Variabel ketidakpuasan konsumen pada promosi (X <sub>3</sub> ) .....	70
4.26 Hasil Uji Validitas Variabel ketidakpuasan konsumen pada layanan konsumen (X <sub>4</sub> ) .....	70
4.27 Hasil Uji Validitas Variabel pencarian variasi (X <sub>5</sub> ) .....	71
4.28 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Switching</i> (Y) .....	71
4.29 Hasil Uji Reliabilitas Variabel ketidakpuasan konsumen pada produk (X <sub>1</sub> ) .....	72
4.30 Hasil Uji reliabilitas Variabel ketidakpuasan konsumen pada harga (X <sub>2</sub> ) .....	72
4.31 Hasil Uji reliabilitas ketidakpuasan konsumen pada promosi (X <sub>3</sub> ) .....	73
4.32 Hasil Uji reliabilitas ketidakpuasan konsumen pada layanan konsumen (X <sub>4</sub> ) .....	73
4.33 Hasil Uji reliabilitas pencarian variasi (X <sub>5</sub> ) .....	73
4.34 Hasil Uji reliabilitas <i>Brand Switching</i> (Y) .....	74
4.35 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda .....	75

4.36 <i>Collinearity Statistic</i> .....	78
4.37 Uji F .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	27
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	42
4.1 Uji Normalitas .....	77
4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Halaman	
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	97
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden.....	102
Lampiran 3. Hasil Validitas .....	110
Lampiran 4. Hasil Reabilitas.....	116
Lampiran 5. Distribusi Frekuensi.....	118
Lampiran 6. Regresi Linear Berganda .....	124
Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik .....	127