

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KEBUTUHAN  
MENCARI VARIASI DAN HARGA PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK *HANDPHONE* GSM  
DARI NOKIA KE BLACKBERRY DI SURABAYA**



**OLEH:**

**MARIKE ANGELINA LUKITO**

**3103007335**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2010**

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KEBUTUHAN  
MENCARI VARIASI DAN HARGA PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK *HANDPHONE* GSM DARI  
NOKIA KE BLACKBERRY DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Ini diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

**OLEH:**  
**MARIKE ANGELINA LUKITO**  
**3103007335**

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**  
**2010**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

SKRIPSI

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KEBUTUHAN  
MENCARI VARIASI DAN HARGA PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK *HANDPHONE* GSM DARI  
NOKIA KE BLACKBERRY DI SURABAYA**

OLEH:

MARIKE ANGELINA LUKITO

3103007335

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

Pebimbing I,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM  
Tanggal : 14 Desember 2010

Pebimbing II,

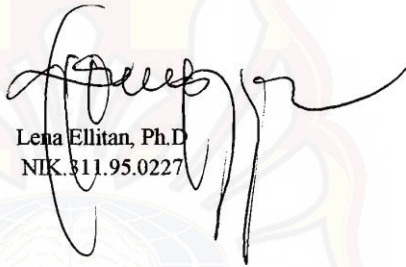


Maria Mia Kristanti, SE.,MM  
Tanggal : 16 Desember 2010

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : MARIKE ANGELINA LUKITO NRP : 3103007335  
telah diuji pada tanggal 13 Januari 2011 dan dinyatakan LULUS oleh :

Ketua Tim Penguji



Lena Ellitan, Ph.D  
NIK.311.95.0227

Mengetahui :

Dekan,



Dr. CH. Wihono, MM  
NIK.311.99.0185

Ketua Jurusan,



Drs. EC. Yulius Koesworo, MM  
NIK.311.89.0152

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MARIKE ANGELINA LUKITO  
NRP : 3103007335  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi dan Harga Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek *Handphone* GSM dari Nokia ke Blackberry di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya tulis ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan diinternet atau media lain (Digital Library perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

Dengan pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Januari 2011

Yang menyatakan



(MARIKE ANGELINA L.)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kuasa, kemurahan dan kasih karuniaNya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KEBUTUHAN Mencari Variasi dan Harga Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek *HANDPHONE* GSM dari Nokia ke Blackberry di Surabaya”** tepat pada waktunya. Adapun penyusunan skripsi ini adalah salah satu syarat akademis untuk meraih gelar sarjana ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Kelancaran penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Chr. Whidya Utami, MM., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala.
2. Bapak Drs. Ec., Julius Koesworo., MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala dan dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, saran dan ide cermelang dari awal hingga akhir rangkaian penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Maria Mía Kristanti, SE., MM., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan pengarahan yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Hendro Susanto, SE., MM., selaku dosen manajemen atas dukungan dan saran-saran yang berarti bagi penulis.

5. Semua dosen Fakultas Ekonomi jurusan manajemen yang telah membagikan pengalaman, pengetahuan, serta wawasan hingga diperoleh bekal dalam pembuatan skripsi ini.
6. *Special thanks for my parents*, papi dan mami yang dengan penuh cinta kasih memberikan dukungan baik materiil maupun spiritual, mendoakan kelancaran skripsi ini hingga selesai tepat pada waktu dan masa depan penulis. Terima kasih yang mendalam atas kesempatan menempuh studi S-1.
7. *My special Friend*, Jimmy Subagiyo, Mikke Hanyanto, Anita Caroline, dan Tjang Siu fen yang telah memberikan dukungan dan doa untuk kelancaran skripsi tepat waktu.
8. Dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungannya, saran dan kritik yang membangun.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini tidak lepas dari kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran dari pembaca serta diharapkan penulisan tugas akhir ini berguna bagi penulis dan pembaca. Tuhan Yesus memberkati kita semua.

Surabaya, Desember 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
ABSTRAK .....	ix
BAB 1 : PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Sistematika Skripsi .....	7
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....	10
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Landasan Teori .....	10
2.2.1. Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen .....	10
2.2.2. Kebutuhan Mencari Variasi .....	11
2.2.3. Harga Produk .....	13
2.2.4. Perpindahan Merek .....	14
2.3. Kerangka Teoritis .....	15
2.3.1. Hubungan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Perpindahan Merek.....	16
2.3.2. Hubungan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek.....	17



2.3.3. Hubungan Harga Produk terhadap Perpindahan Merek	18
2.3.4. Hubungan Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi dan Harga Produk terhadap Perpindahan Merek	18
2.2 Hipotesis	19
2.2.1. Model Penelitian	19
<b>BAB 3 : METODE PENELITIAN</b>	<b>20</b>
3.1. Desain Penelitian	20
3.2. Identifikasi Variabel	20
3.3. Definisi Operasional Variabel	20
3.4. Jenis dan Sumber Data	22
3.4.1. Jenis Data	22
3.4.2. Sumber Data	22
3.5. Pengukuran Data	22
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	23
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	23
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas	24
3.8.1. Uji Validitas	24
3.8.2. Uji Reliabilitas	26
3.9. Teknik Analisis Data	26
3.10. Uji Asumsi Klasik	26
3.10.1. Uji Normalitas	26
3.10.2. Uji Multikolinearitas	27
3.10.3. Uji Heteroskedasitas	27
3.11. Prosedur Pengujian Hipotesis	28
<b>BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	<b>29</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	29
4.1.1. Sejarah Singkat Blackberry	29

4.1.2. Sejarah Singkat Nokia .....	30
4.2. Karakteristik Responden .....	31
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	32
4.4. Deskripsi Variabel Penelitian .....	34
4.5. Uji Asumsi Klasik .....	37
4.5.1. Uji Normalitas .....	37
4.5.2. Uji Multikolinieritas .....	38
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas .....	39
4.6. Hubungan Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi dan Harga Produk terhadap Perpindahan Merek .....	40
4.7. Pengujian Hipotesis .....	41
4.8. Pembahasan .....	43
<b>BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>46</b>
5.1. Simpulan .....	46
5.2. Saran .....	47
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Nomor:	Halaman
1.1. Perbandingan Penjualan Nokia dan Blackberry di Surabaya.....	2
2.1. Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian saat ini .....	9
4.1. Karakteristik Responden .....	32
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	33
4.3. Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	34
4.4. Nilai rata-rata, Standar Deviasi Variabel Ketidakpuasan Konsumen.....	35
4.5. Nilai rata-rata, Standar Deviasi Variabel Kebutuhan Mencari Variasi.....	35
4.6. Nilai rata-rata, Standar Deviasi Variabel Harga Produk .....	36
4.7. Nilai rata-rata, Standar Deviasi Variabel Perpindahan Merek ..	36
4.8. <i>Variance Inflation Factor</i> .....	39
4.9. Hasil Korelasi Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi dan Harga Produk dengan Perpindahan Merek .....	41
4.10. Uji Regresi Secara Parsial (Uji t) .....	42

## DAFTAR GAMBAR

Nomor:	Halaman
4.1. Grafik Uji Normalitas .....	38
4.2. Diagram Pencar .....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor:

1. Kuesioner
2. Data Tanggapan Responden terhadap Kuesioner Penelitian untuk variabel Ketidakpuasan Konsumen (A), Kebutuhan Mencari Variasi (B), Harga Produk (C) dan Perpindahan Merek (Y)
3. Output Uji Validitas
4. Output Uji Reliabilitas
5. Output Deskripsi variabel
6. Output Regresi Linier Berganda
7. Gambar Output Uji Normalitas dan Uji Heteroskeditas

## ABSTRAK

Percepatan teknologi dan persaingan diantara para produsen *handphone* telah mengakibatkan semakin bervariasinya produk *handphone* dari tahun ke tahun dan konsumen dihadapkan pada banyak pilihan merek sehingga kemungkinan konsumen untuk berpindah merek juga semakin besar, khususnya bagi konsumen yang berorientasi pada harga dan menyukai hal-hal baru. Sejak teknologi telepon selular masuk ke Indonesia, Nokia selalu menguasai pasar *handphone* terbaru di Indonesia. Namun beberapa tahun belakangan ini, Nokia menghadapi persaingan yang mulai semakin ketat dalam berebut pasar selular di Indonesia ditandai dengan meningkatnya *volume* penjualan Blackberry pada tahun 2008-2009 yang diiringi dengan penurunan *volume* penjualan Nokia. Bukti tersebut telah menunjukkan bahwa kemungkinan besar terjadi persaingan yang ketat antara Nokia dan Blackberry. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris tentang pengaruh ketidakpuasan konsumen, kebutuhan mencari variasi dan harga terhadap perpindahan merek.

Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan 100 responden yang merupakan konsumen *handphone* GSM merek Nokia yang telah berpindah ke merek Blackberry dengan menggunakan metode pengumpulan data *non probability sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ketidakpuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap perpindahan merek dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,177 \geq 0,05$ , sedangkan variabel kebutuhan mencari variasi dan harga produk berpengaruh terhadap perpindahan merek dengan tingkat signifikansi masing-masing sebesar  $0,000 \leq 0,05$ . Hasil lain yang diperoleh dari penelitian ini adalah variabel kebutuhan mencari variasi memiliki pengaruh paling besar terhadap perpindahan merek dengan nilai *standarized coefficient* beta sebesar 0,556.

**Kata Kunci: Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi, Harga Produk dan Perpindahan Merek.**

## **ABSTRACT**

*Acceleration of technology and competition among mobile phone manufacturers has led to increasingly mobile products varied from year to year, and consumers are faced with many choices, so the possibility of consumer to switching to another brands is also getting bigger, especially for consumer who oriented by price and like new things. Since the cellular phone technology came into Indonesia, Nokia has always dominate the latest mobile phone market in Indonesia. But in recent years, Nokia faces competition from increasingly stringent in fighting over the mobile market in Indonesia was indicated by increased sales volume in the year 2008-2009 Blackberry accompanied with the decrease in sales volume of Nokia. Evidence has shown the possibility of fierce competition between Nokia and Blackberry. This study aims to analyze and provide empirical evidence on the influence of consumer dissatisfaction, variety seeking and price towards brand switching.*

*Design of this research is descriptives by using 100 respondents, which is the consumer brand of Nokia GSM mobile phone that has been switching to the Blackberry brand by using non probability sampling method to collecting the data.*

*The result showed that consumer dissatisfaction variable does not affect towards brand switching with a significance level of  $0.177 \geq 0.05$ , while variety seeking variable and price variable affect towards brand switching with a significance level of each of  $0.000 \leq 0.05$ . The other results obtained from this research is Variety Seeking variable have the most impact on brand switching with a value of standarized beta coefficient of 0.556.*

**Keywords: Consumer Dissatisfaction, Variety Seeking, Price and Brand Switching**