

SKRIPSI

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN
DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP *BRAND SWITCHING*
KONSUMEN HANDPHONE NOKIA KEMEREK LAIN
DI KELURAHAN PASIR PENGARAIAN**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

OKTA PURNAMA SARI

NIM : 1525090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2019**

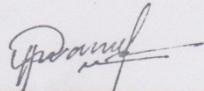
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : OKTA PURNAMA SARI
NIM : 1525090
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH ATRIBUT PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP *BRAND SWITCHING* KONSUMEN HANDPHONE NOKIA KEMEREK LAIN DI KELURAHAN PASIR PENGARAIAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Jum'at, 28 Juni 2019 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

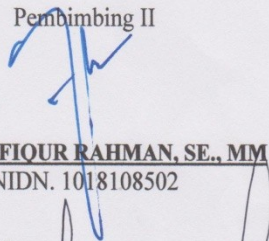
Pasir Pengaraian, 05 April 2019

Pembimbing I



PURWANTORO, SE., M.Si
NIDN. 1030049001

Pembimbing II



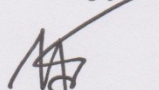
ARRAFIQUR RAHMAN, SE., MM
NIDN. 1018108502

Penguji I



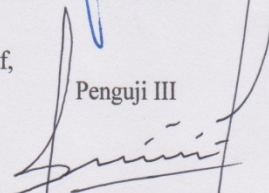
HIDAYAT, SE., MM
NIDN. 1027058603

Penguji Ujian Akhir Komprehensif,
Penguji II



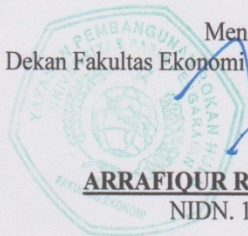
MAKMUR, SE., MMA
NIDN. 1010038001

Penguji III



SEPRINI, SE., MM
NIDN. 1025097804

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



ARRAFIQUR RAHMAN, SE., MM
NIDN. 1018108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **OKTA PURNAMA SARI**
Nomor Mahasiswa : **1525090**
Program Studi : **Manajemen**
Judul Skripsi : **PENGARUH ATRIBUT PRÖDUK, KEPUASAN
KONSUMEN DAN VARIETY SEEKING
TERHADAP BRAND SWITCHING KONSUMEN
HANDHONE NOKIA KEMEREK LAIN DI
KELURAHAN PASIR PENGARAIAN**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta tidak juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 18 Juni 2019
Yang Membuat Pernyataan



OKTA PURNAMA SARI

ABSTRAK

Okta Purnama Sari. NIM: 1525090. 2019. Pengaruh Atribut Produk, Kepuasan Konsumen Dan *Variety Seeking* Terhadap *Brand Switching* Konsumen Handphone Nokia Kemerek Lain Di Kelurahan Pasir Pengaraian. Pembimbing I: Purwanto, SE., M.Si dan Pembimbing II: Arrafiqur Rahman, SE., MM

Penelitian ini ingin membuktikan lebih lanjut bagaimana implikasi atas hasil hipotesa yang telah dilakukan sebelumnya, yaitu pengaruh atribut produk, kepuasan konsumen dan *variety seeking* terhadap *brand switching* konsumen handphone nokia kemerek lain di Kelurahan Pasir Pengaraian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Pasir Pengaraian yang sudah melakukan *brand switching handphone* merek Nokia ke *handphone* merek lain. Jumlah sampel yang ditetapkan sebesar 100 orang responden. Penentuan jumlah sample ini didasarkan pada teknik *convenience sampling*. Variabel independen dalam penelitian ini atribut produk (X1), kepuasan konsumen (X2), *variety seeking* (X3) dan variabel dependen *brand switching* (Y). Tehnik pengumpulan data menggunakan observasi dan menyebarkan akngket/kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan program SPSS. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 0,246 + 0,966X1 + 0,443X2 - 0,694X3$. Secara simultan, diperoleh F-hitung 1017,3030 menunjukkan atribut produk, kepuasan konsumen dan *variety seeking* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *brand switching* konsumen hanphone nokia kemerek lain di Kelurahan Pasir Pengaraian. Secara parsial, diperoleh t-hitung atribut produk 9,712, kepuasan konsumen 4,762 dan *variety seeking* -7,077. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 96,9% *brand switching* dipengaruhi oleh atribut produk, kepuasan konsumen dan *variety seeking*, sedangkan sisanya 3,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini atribut produk, kepuasan konsumen dan *variety seeking* berpengaruh signifikan terhadap *brand switching* konsumen handphone nokia kemerek lain di Kelurahan Pasir Pengaraian. baik pada pengujian secara parsial (uji t) maupun pengujian secara simultan (uji F).

Kata Kunci: Atribut produk, kepuasan konsumen, *variety seeking*, *brand switching*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan taufik dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat beserta salam tak lupa dilimpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita umatnya dari jaman kejahilan sampai kealam yang penuh ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan skripsi yang menjadi syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada program Manajemen Universitas Pasir Pengaraian dengan bantuan berbagai pihak, oleh sebab itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Adolf Bastian, M.Pd, selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian
2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian, sekaligus sebagai pembimbing II, yang telah banyak memberi motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak Purwantoro, SE., M,Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian, sekaligus sebagai pembimbing I, yang telah banyak memberi motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Rekan-rekan seperjuangan yang banyak membantu pengerjaan proposal ini hingga akhirnya sama-sama dapat meraih gelar sarjana.
5. Semua pihak yang takmungkin penulis sebut satu persatu, yang telah memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini.

Semoga Allah selalu melimpahkan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu saya mengharapkan bantuan dari semua pihak baik itu kritik maupun saran yang membangun sehingga bisa menjadi yang terbaik nantinya. Demikian pengantar dari saya, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Pasir Pengaraian, Juni 2019

OKTA PURNAMA SARI

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN**PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT**

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Atribut Produk.....	13
2.1.1.1 Pengertian Atribut Produk.....	13
2.1.1.2 Indikator Atribut Produk.....	15
2.1.2 Kepuasan.....	18
2.1.2.1 Pengertian Kepuasan.....	18
2.1.2.2 Komponen Kepuasan Konsumen.....	19
2.1.2.3 Ciri-ciri Konsumen yang Puas.....	19
2.1.2.4 Tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen.....	20
2.1.2.5 Indikator Kepuasan Konsumen.....	21
2.1.3 <i>Variety Seeking</i>	23
2.1.3.1 Pengertian <i>Variety Seeking</i>	23
2.1.3.2 Indikator <i>Variety Seeking</i>	25
2.1.3.3 Tahap-tahap <i>Variety Seeking</i>	26
2.1.4 <i>Brand Switching</i>	27
2.1.4.1 Pengertian <i>Brand Switching</i>	27
2.1.4.2 Indikator <i>Brand Switching</i>	28
2.1.4.3 Ciri-ciri Perpindahan Merek.....	31
2.1.5 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	32
2.2 Kerangka Konseptual	33
2.3 Hipotesis	34

BAB III	METODE PENELITIAN	
	3.1 Ruang Lingkup Penelitian	35
	3.2 Populasi dan Sampel	35
	3.2.1 Populasi.....	35
	3.2.2 Saampel.....	36
	3.3 Jenis dan Sumber Data	36
	3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
	3.5 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	38
	3.6 Instrumen Penenlitian	39
	3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	40
	3.8 Teknik Analisis Data	40
	3.8.1 Deskriptif Kuantitatif.....	41
	3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
	3.8.2.1 Uji Normalitas.....	42
	3.8.2.2 Uji Multikolinieritas.....	42
	3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	43
	3.8.2.4 Uji Autokorelasi.....	43
	3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
	3.8.4 Koefisien Determinasi.....	44
	3.8.5 Pengujian Hipotesis.....	44
	3.8.5.1 Uji-F.....	44
	3.8.5.2 Uji-t.....	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
	4.1.1 Sejarah Objek Penelitian.....	49
	4.1.2 Struktur Organisasi.....	50
	4.2 Karakteristik Responden	53
	4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
	4.2.2 Berdasarkan Usia.....	54
	4.2.3 Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	55
	4.2.4 Berdasarkan Pendidikan.....	56
	4.2.5 Berdasarkan Merek Handphone yang Baru Di Beli.....	56
	4.3 Uji Instrument Penelitian.....	57
	4.3.1 Uji Validitas.....	57
	4.3.2 Uji Reabilitas.....	59
	4.4 Deskripsi Kuantitatif.....	61
	4.4.1 Deskripsi Variabel Atribut Produk	61
	4.4.2 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen.....	62
	4.4.3 Deskripsi Variabel <i>Variety Seeking</i>	63
	4.4.4 Deskripsi Variabel <i>Brand Switching</i>	64
	4.5 UjiAsumsi Klasik.....	65
	4.5.1 Uji Normalitas	65

4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	66
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	67
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
4.7	Koefisien Determinasi	69
4.8	Pengujian Hipotesis.....	70
4.8.1	Uji-F.....	70
4.8.2	Uji-t.....	71
4.9	Pembahasan.....	72

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Peringkat Pangsa Pasar Smartphone 2016 – 2017.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32

Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian.....	38
Tabel 3.2	Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner.....	40
Tabel 3.3	Pedoman untuk Memberikan Kriteria TCR.....	41
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	55
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pendidikan.....	56
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Merek handphone yang Baru di Beli....	56
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Validitas Kueisioner.....	58
Tabel 4.7	Hasil Pengukuran Reliabel Kuesioner.....	59
Tabel 4.8	Deskriptif Variabel Atribut Produk.....	61
Tabel 4.9	Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	62
Tabel 4.10	Deskriptif Variabel <i>Variety Seeking</i>	63
Tabel 4.11`	Deskriptif Variabel <i>Brand Switching</i>	64
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolonieritas.....	66
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	69
Tabel 4.17	Hasil Uji Sumultan (Uji F).....	70
Tabel 4.18	Hasil Uji-t.....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual..... 33
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Kelurahan Pasir Pengaraian..... 51

