



Commer Restorale

 PERPUSTAKAAN	MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Diterima	: 10 OCT 2005
Inventarisasi	: 28028/EM/Hd.10/2005
Klasifikasi	: Rf.650.234/KUR/05
Selesai Diproses .:	

 PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI Program Studi Manajemen
---	---

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK KATEGORI
PRODUK DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI TERHADAP
KEPUTUSAN BERPINDAH MEREK (*BRAND SWITCHING*) PADA PRODUK
PONSEL DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh :

BENEDIKTUS KURNIADI

NPM : 00 03 12019

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

JUNI, 2005

SKRIPSI

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN,
KARAKTERISTIK KATEGORI PRODUK DAN KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN BERPINDAH
MEREK (*BRAND SWITCHING*) PADA PRODUK PONSEL
DI KOTA YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh:
Benediktus Kurniadi
NPM: 00 03 12019**

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Ign. Sukirno, Drs., MS.

Tanggal, 8 Juni 2005

SKRIPSI
PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN,
KARAKTERISTIK KATEGORI PRODUK DAN KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN BERPINDAH
MEREK (*BRAND SWITCHING*) PADA PRODUK PONSEL
DI KOTA YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Benediktus Kurniadi

NPM: 00 03 12019

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal 8 Juni 2005
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

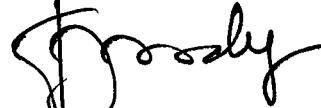
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji




C. Handoyo W., Drs., MM.

Anggota Penguji



A. Dedy H., Drs., MBM.



Ign. Sukirno, Drs., MS.

Yogyakarta, 8 Juni 2005
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



FAKULTAS
EKONOMI

FX. Suwanto, Dr., MS.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK KATEGORI
PRODUK DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI TERHADAP
KEPUTUSAN BERPINDAH MEREK (*BRAND SWITCHING*) PADA PRODUK
PONSEL DI KOTA YOGYAKARTA**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Mei 2005

Yang menyatakan,



Benediktus Kurniadi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan berkatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK KATEGORI PRODUK DAN KEBUTUHAN Mencari Variasi Terhadap Keputusan BERPINDAH MEREK (*BRAND SWITCHING*) PADA PRODUK PONSEL DI KOTA YOGYAKARTA” dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria, terima kasih untuk selalu “mendengarkan.....”.
2. Bapak Ign.Sukirno, Drs., MS., selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas saran, bimbingan dan arahnya hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
3. Bapak David Raha dan Ibu Caecilia Wuryati, untuk doa, cinta serta dukungan finansial selama peneliti menempuh jenjang akademik. Keputusan anda berdua untuk menjadikan penulis sebagai “investasi” jangka panjang dalam kehidupan anda, tidak akan mengecewakan anda berdua.
4. Kedua adikku, Maria Angelina Karisima dan Carolina Gratia, untuk doa dan cintanya. Semoga kalian berdua bisa cepat menyusul untuk lulus. Jangan sampai

cadangan devisa “negara” kita habis hanya untuk sekolah.....RUGI !!!.....sisain
buat nikah..... *Keep On Rock Girls*.

5. Keluarga Bapak Soedjono, Keluarga Bapak Suyitno, Keluarga Bapak Sriyono dan Ignatius Bangun AY, atas semua kontribusi yang diberikan kepada penulis selama penulis menempuh pendidikan di Yogyakarta.
6. Keluarga Bapak P. Margana.
7. Om Thomas, Bulik Ninik dan Johan di PekanBaru, atas kucuran dana kagetnya. Uangnya penulis gunakan untuk beli printer, yang amat sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga tetap bisa “mengucur”, sehingga penulis bisa terus kaget!!
8. Teman-teman seperjuangan penulis dari Tangerang: Yusep, Vincentius, Yakobus Maximiamus, Andre, Nur, David, Mahardika, atas kebersamaannya selama penulis menempuh pendidikan di Yogyakarta. Dengan tawa puas penulis nyatakan “*gue finish duluan!*”, tidak perlu buru-buru untuk menyusul.....*chill out bro'*.....!!!
9. Warga Kamboja 9, Mas Doko, Sulhan, Anton M., Gilang, Hani, Lukman (doa kamu AMPUH) & Tika, Ari & Nisa, Aris, Tito, Arip (*ada apa...ada apa....ada apa?*), Anton Gembez (*keep on talking...*), Bram, Dwi, Ari “BG”, dan NETA.....
10. Lukman “nacha”, Listyoko dan Mitsubishi Kuda (B 8569 FB). Terima kasih atas jasa antar jemputnya dan juga ancaman, harapan-harapan buruk serta intimidasi yang diberikan kepada penulis sebelum penulis menghadapi ujian pendadaran. *Maaf, Anda tidak berhasil.....!!*.

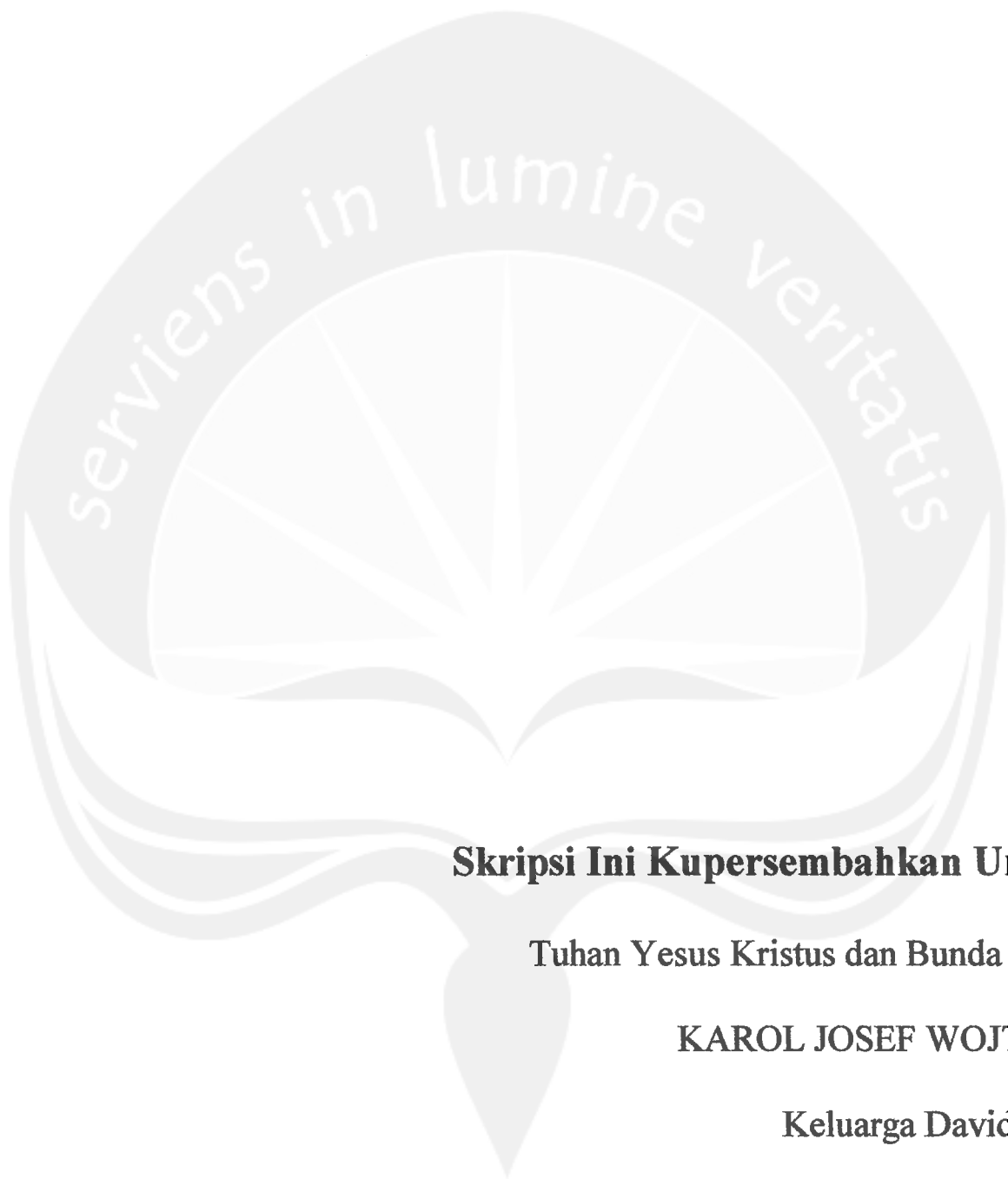
11. Lutfi Prasetyani. Big thanks, for ur books (quiet helpfull, even can't use it coz can't find the page that i need....), for ur advice, for the pray, and mostly for ur support to KEEP CONVINCING ME that everything will be just fine.....“Eh, Kurniadi itu orangnya yang mana sih.....?”
12. Viktorinus H. dan Erick S., kalian berdua “stimulan”.
13. Teman-teman sesama pengawas ujian (semester Genap 04/05) yang telah banyak memberi masukan dan tips sebelum penulis mengikuti ujian pendadaran.
14. Warga Arimbi 2
15. Om Bob Marley, Eminem, Komputer dan Honda Impresa (B 5993 AC), untuk kesetiaan mendampingi penulis menjalani hari.
16. Semua teman-teman mahasiswa UAJY, khususnya teman-teman angkatan 2000.
17. Semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu. Anda semua tetap memiliki level kepentingan yang wajib penulis ucapkan TERIMA KASIH.

Dengan segala rasa hormat, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah bersedia membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis menantikan saran dan kritik dari semua pihak yang sifatnya membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 19 Juni 2005



Benediktus Kurniadi



Skripsi Ini Kupersembahkan Untuk:

Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria

KAROL JOSEF WOJTYLA

Keluarga David Raha

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR DIAGRAM	xvi
INTISARI	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Perumusan Masalah.....	6
I.3. Batasan Masalah.....	6
I.4. Tujuan Penelitian.....	9
I.5. Manfaat Penelitian.....	10
I.5.1. Bagi Perusahaan.....	10
I.5.2. Bagi Penulis.....	10

I.6. Hipotesis Penelitian.....	10
I.7. Metodologi Penelitian.....	11
I.7.1. Tempat Penelitian dan Waktu.....	11
I.7.2. Populasi dan Sampel.....	11
I.7.2.1. Populasi.....	11
I.7.2.2. Sampel.....	11
I.7.3. Metode Pengumpulan Data.....	13
I.7.3.1. Observasi.....	13
I.7.3.2. Angket.....	13
I.7.4. Metode Pengukuran Data/Skala.....	15
I.7.5. Metode Pengujian Instrumen.....	16
I.8. Metode Analisis Data.....	18
I.8.1. Analisis Persentase.....	18
I.8.2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	18
I.8.2.1. Uji koefisien regresi secara keseluruhan dan serentak.....	19
I.8.2.2. Uji koefisien regresi secara keseluruhan dan individual.....	21
I.9. Sistematika Penulisan.....	23

BAB II LANDASAN TEORI

II.1. Konsep Produk	25
II.2. Klasifikasi Produk.....	26
II.2.1. Barang.....	26

III.4.1.5. Data profil responden berdasarkan pergantian merek ponsel yang dilakukan dalam kurun waktu 1 tahun.....	51
III.4.1.6. Data profil responden berdasarkan merek ponsel yang pernah digunakan.....	52
III.4.1.7. Data profil responden berdasarkan merek ponsel yang digunakan saat ini.....	53
III.4.2. Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Berpindah Merek (<i>Brand Switching</i>).....	54
III.4.2.1. Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Secara Keseluruhan dan Serentak Terhadap Keputusan Berpindah Merek (<i>Brand Switching</i>).....	54
III.4.2.2. Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Secara Individual Terhadap Keputusan Berpindah Merek (<i>Brand Switching</i>).....	56
III.4.3. Analisis Konsumen Merek Ponsel yang Memiliki Tingkat <i>Brand Switching</i> yang Paling Besar.....	60

BAB IV KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

IV.1. Kesimpulan.....	62
IV.1.1. Kesimpulan Persentase Karakteristik Demografi Responden.....	62
IV.1.2. Kesimpulan Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Berpindah Merek (<i>Brand Switching</i>).....	64
IV.1.3. Kesimpulan Konsumen Merek Ponsel yang Memiliki Tingkat <i>Brand Switching</i> yang Paling Besar.....	65
IV.2. Implikasi Manajerial.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

halaman

Gambar I.1. Daerah penerimaan ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi secara keseluruhan dan serentak.....	20
Gambar I.2. Daerah penerimaan ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi secara individual.....	22
Gambar II.1. Konsep produk total.....	26
Gambar II.2. Tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian.....	30

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel II.1. Jenis perilaku pembelian berdasarkan derajat keterlibatan dan derajat perbedaan.....	29
Tabel III.1. Analisis regresi linear berganda secara keseluruhan dan serentak.....	54
Tabel III.2. Analisis regresi linear berganda secara individual.....	57
Tabel III.3. Persentase merek ponsel lama yang pernah digunakan.....	60
Tabel III.4. Persentase merek ponsel yang digunakan saat ini.....	61
Tabel IV.1. Pesentase karakteristik demografi responden.....	62

DAFTAR DIAGRAM

	halaman
Diagram III.1. Demografi berdasarkan jenis kelamin.....	48
Diagram III.2. Demografi berdasarkan usia.....	49
Diagram III.3. Demografi berdasarkan tingkat pendidikan terakhir.....	50
Diagram III.4. Demografi berdasarkan tingkat pendapatan.....	50
Diagram III.5. Demografi berdasarkan pergantina merek ponsel yang dilakukan dalam kurun waktu satu tahun.....	51
Diagram III.6. Demografi berdasarkan merek ponsel yang pernah digunakan.....	52
Diagram III.7. Demografi berdasarkan merek ponsel yang digunakan saat ini.....	53

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK KATEGORI
PRODUK DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI
TERHADAP KEPUTUSAN BERPINDAH MEREK (*BRAND SWITCHING*) PADA
PRODUK PONSEL DI KOTA YOGYAKARTA**

Disusun Oleh:
Benediktus Kurniadi
NPM : 00 03 12019

Pembimbing Utama

Ign.Sukirno, Drs.MS.

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis : (1) pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan berpindah merek pada produk ponsel di kota Yogyakarta (2) konsumen merek ponsel yang memiliki tingkat *brand switching* yang paling besar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) penyebaran kuesioner, (2) analisis validitas dan reliabilitas, (3) analisis data menggunakan analisis persentase dan analisis regresi linear berganda .

Ada dua temuan utama yang diperoleh dari penelitian ini. Pertama, bahwa ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pergantian merek. Kedua, konsumen yang paling banyak melakukan pergantian merek adalah konsumen ponsel merek Nokia.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak perusahaan penghasil produk ponsel, untuk dijadikan masukan tentang bagaimana agar konsumen tidak cenderung melakukan perilaku pergantian merek.

Kata kunci : pergantian merek, ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, kebutuhan mencari variasi, tingkat *brand switching* konsumen ponsel.