

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK *HANDPHONE* DARI NOKIA KE BLACKBERRY**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :**

**Nora Hanria**

**NPM : 06 03 16335**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA,  
JUNI 2011**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN *VARIETY***  
***SEEKING* TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK**  
***HANDPHONE* DARI NOKIA KE BLACKBERRY**

**Disusun oleh :**  
**Nora Hanria**  
**NPM : 06 03 16335**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Dosen Pembimbing**



**C. Handoyo Wibisono MM., Dr.**

**Tanggal...15 Juni..... 2011**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN *VARIETY***  
***SEEKING* TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK**  
***HANDPHONE* DARI NOKIA KE BLACKBERRY**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**Nora Hanria**

**NPM : 06 03 16335**

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 8 Juli 2011 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**

**Anggota Panitia Penguji**

  
**C. Handoyo Wibisono MM., Dr.**

  
**Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA**

  
**P. Didit Krisnadewara, Drs., MM.**

**Yogyakarta, 8 Juli 2011**

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



  
**Dr. Dorothea Wahyu Ariani, MT.**  
**EKONOMI**

## **PERNYATAAN**

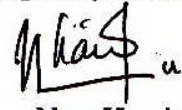
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN *VARIETY SEEKING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK *HANDHONE* DARI  
NOKIA KE BLACKBERRY**

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

Yogyakarta, Juni 2011

Yang menyatakan



Nora Hanria

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Variety Seeking Terhadap Perpindahan Merek Dari Handphone Nokia ke Blackberry”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Banyak kesulitan dan hambatan yang penulis alami dalam menyelesaikan skripsi ini, namun berkat bantuan dan dorongan moril dari berbagai pihak, maka penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Kiranya merupakan waktu dan tempat yang tepat untuk menyampaikan terima kasih dan penghormatan yang tulus kepada beberapa pihak yang berperan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak C. Handoyo Wibisono MM., Dr. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta memberikan kritik dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku, mami dan papi yang tidak lelah memberikan kepercayaan, perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan moril serta materiil.
3. Adikku Rendy yang telah memberikan dukungan, semangat dan kasih sayang.
4. Pacarku tersayang Rian Rusmana Putra, terimakasih atas segala dukungan, cinta, kasih sayang dalam menemani, membantu dan mendengarkan berbagai kesulitan yang dihadapi oleh penulis selama penulisan skripsi ini.
5. Arini Adiputri, terima kasih banyak untuk semua waktu yang diberikan kepada penulis karena telah membantu menyelesaikan skripsi ini, saran, kritik dan masukan-masukkan yang diberikan serta semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
6. Big family di Atma : Carissa Amelinda, Ivander Winarto, Rendy Raymond, dan Denice Prakasa yang telah berjuang bersama-sama, memberi semangat,

dukungan, dan dorongan untuk segera menyelesaikan skripsi ini, serta selalu menemani di saat bimbingan. Love you dan thank you so much all.. ^\_\_^

7. Teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya angkatan 2006 yang telah menemani dan mendukungku selama ini dari awal hingga saat ini, semoga persahabatan kita terjalin selamanya dan kita semua menjadi orang yang berhasil nantinya.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan yang telah diberikan.

Demikian skripsi ini dibuat dengan sebaik-baiknya oleh penulis. Jika masih ada kekurangan dalam skripsi ini, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Penulis

Nora Hanria

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kemarin adalah masa lalu dan masa lalu adalah sejarah yang dapat menjadikan contoh bagi kita. Hari ini adalah perjuangan untuk masa depan, masa depan adalah cita-cita”

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Mama dan adikku tersayang  
Pacarku tercinta Rian  
Semua orang yang mengasihiku

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iii
Halaman Pernyataan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Halaman Motto Dan Persembahan .....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Lampiran .....	xi
Intisari .....	xii
<b>BAB I</b> Pendahuluan .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Batasan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	5
1.6. Sistematika penulisan .....	6
<b>BAB II</b> Landasan Teori .....	<b>8</b>
2.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
2.2. Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen .....	9
2.3. Kebutuhan Mencari Variasi ( <i>Variety Seeking</i> ) .....	11
2.4. Pengertian Merek ( <i>Brand</i> ) .....	11
2.5. Kekuatan dan Nilai Merek (Ekuitas Merek) .....	12
2.6. Pengertian Perpindahan Merek ( <i>Brand Switching</i> ).....	13
2.7. Penelitian Terdahulu .....	13
2.8. Hipotesis .....	14
2.9. Kerangka Pemikiran.....	14



BAB III Metode Penelitian .....	15
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	15
3.2. Definisi dan Batasan Operasional .....	15
3.3. Populasi .....	17
3.4. Sampel .....	17
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	18
3.6. Metode Pengukuran Data .....	19
3.7. Teknik Pengujian Instrument .....	20
3.8. Metode Analisis Data .....	26
BAB IV Analisis Data .....	32
4.1. Karakteristik Responden .....	32
4.2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	34
4.3. Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan <i>Variety Seeking</i> terhadap Keputusan Perpindahan Merek .....	37
4.4. Perbedaan Perpindahan Merek terhadap Ketidakpuasan Konsumen dan <i>Variety Seeking</i> ditinjau dari Perbedaan Karakteristik Responden .....	39
4.5. Pembahasan .....	44
BAB V Kesimpulan dan Saran .....	46
5.1. Kesimpulan .....	46
5.2. Saran .....	49
Daftar Pustaka .....	51

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Tabel uji validitas sebelum revisi .....22
Tabel 3.2	Tabel uji validitas sesudah revisi .....23
Tabel 3.3	Tabel reliabilitas setelah revisi.....26
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....32
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan perpindahan merek <i>handphone</i> .....33
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan jangka waktu penggunaan <i>handphone</i> .....33
Tabel 4.4	Karakteristik responden berdasarkan keputusan penggantian merek <i>handphone</i> .....34
Tabel 4.5	Distribusi frekuensi data penelitian aspek ketidakpuasan konsumen .....35
Tabel 4.6	Distribusi frekuensi data penelitian aspek <i>variety seeking</i> .....36
Tabel 4.7	Distribusi frekuensi data penelitian aspek perpindahan merek.....37
Tabel 4.8	Tabel pengaruh ketidakpuasan konsumen dan <i>variety seeking</i> terhadap perpindahan merek <i>handphone</i> Nokia ke Blackberry .....38
Tabel 4.9	Tabel perbedaan penilaian ketidakpuasan konsumen dan <i>variety</i> <i>seeking</i> berdasarkan jenis kelamin.....40
Tabel 4.10	Tabel perbedaan penilaian ketidakpuasan konsumen dan <i>variety</i> <i>seeking</i> berdasarkan pernah tidaknya berganti merek <i>handphone</i> .....41
Tabel 4.11	Tabel perbedaan penilaian ketidakpuasan konsumen dan <i>variety</i> <i>seeking</i> berdasarkan jangka waktu penggunaan <i>handphone</i> .....42
Tabel 4.12	Tabel perbedaan penilaian ketidakpuasan konsumen dan <i>variety</i> <i>seeking</i> berdasarkan penggantian merek <i>handphone</i> .....43

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	III	Analisis Pengaruh ketidakpuasan konsumen dan <i>variety seeking</i> terhadap perpindahan merek <i>handphone</i> Nokia ke Blackberry
Lampiran	IV	Analisis perbedaan penilaian ketidakpuasan konsumen dan <i>variety seeking</i> berdasarkan jenis kelamin.
Lampiran	V	Analisis perbedaan penilaian ketidakpuasan konsumen dan <i>variety seeking</i> berdasarkan pernah tidaknya berganti merek <i>handphone</i> .
Lampiran	VI	Analisis perbedaan penilaian ketidakpuasan konsumen dan <i>variety seeking</i> berdasarkan jangka waktu penggunaan <i>handphone</i> .
Lampiran	VII	Analisis perbedaan penilaian ketidakpuasan konsumen dan <i>variety seeking</i> berdasarkan keputusan penggantian merek <i>handphone</i>
Lampiran	VIII	Data Jawaban Responden
Lampiran	IX	Tabel Distribusi T

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK *HANDPHONE* DARI NOKIA KE BLACKBERRY**

Disusun oleh :  
Nora Hanria  
NPM : 06 03 16335

Pembimbing

C. Handoyo Wibisonom MM., Dr.

**Intisari**

Dari tahun ke tahun produk *handphone* semakin bervariasi dan konsumen dihadapkan pada banyak pilihan dan kemungkinan konsumen berganti *handphone* juga semakin besar, khususnya bagi mereka yang tidak puas terhadap merek yang digunakan sebelumnya dan menyukai hal-hal baru.

Menurut model teoritikal mengenai *exploratory purchase behavior* menyatakan bahwa ketidakpuasan konsumen terhadap merek/produk yang digunakan sebelumnya dan *variety seeking* merupakan faktor penyebab terjadinya perpindahan merek.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan konsumen dan *variety seeking* terhadap keputusan perpindahan merek *handphone* Nokia ke Blackberry. Hasil penelitian ini ketidakpuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek, sedangkan *variety seeking* berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek. Terbukti dengan menggunakan alat analisis regresi berganda.

**Kata kunci:** ketidakpuasan konsumen, *variety seeking*, perpindahan merek.