

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
KEINGINAN Mencari VARIASI TERHADAP PERILAKU
PERPINDAHAN MERK PRODUK OPERATOR INDOSAT
DAN TELKOMSEL**

RIZKY HANANTYO

8215129086



**Proposal ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

S1 MANAJEMEN ALIH PROGRAM

MANAJEMEN PEMASARAN

MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2015

**THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTE, PERCEPTION
OF PRICE AND VARIETY SEEKING TOWARD BRAND
SWITCHING BEHAVIOR OF INDOSAT AND TELKOMSEL
PROVIDERS**

RIZKY HANANTYO

8215129086



**This thesis is written as part of Bachelor Degree in Economic
Accomplishment**

MANAGEMENT OVER THE STUDY PROGRAM

MARKETING CONCENTRATION

DEPARTEMENT OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMIC

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2015

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


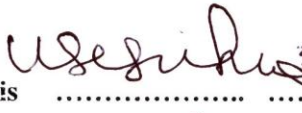



Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana. E. S., M.Bus

NIP: 19671207 199203 1001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si., M.Si</u> NIP: 197205062006041002	Ketua		30/1/15
2. <u>Usep Suhud, Ph.D</u> NIP: 197002122008121001	Sekretaris		30/1/15
3. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP: 197206171999031001	Penguji Ahli		30/1/15
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP: 197206272006041001	Pembimbing I		30/1/15
5. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP: 196301191992032001	Pembimbing II		30/1/15

Tanggal Lulus : 30 Januari 2015

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini Saya menyatakan bahwa:

- 1) Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
- 2) Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang, dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
- 3) Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak-benaran, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 / 01 / 2015

Yang membuat pernyataan



Rizky Hanantyo
No. Reg: 8215129086

ABSTRAK

Rizky Hanantyo, 2015; Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Harga dan Keinginan Mencari Variasi Terhadap Perilaku Perpindahan Merk Produk Operator Seluler Indosat dan Telkomsel. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen Alih Program, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran dan menganalisis hubungan pengaruh atribut produk, persepsi harga, *variety seeking*, dan *brand switching* dari produk Indosat dan Telkomsel. Sampel dalam penelitian ini teruntuk Indosat adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan operator seluler Indosat. Sedangkan teruntuk Telkomsel adalah para karyawan perkantoran di salah satu kantor di Jakarta Pusat. Jumlah sampelnya berjumlah masing – masing objek sebesar 100 orang untuk Indosat maupun Telkomsel (200 secara keseluruhan). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda, dan alat analisis data menggunakan program SPSS versi 21. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) adanya hubungan yang positif dan signifikan dari atribut produk terhadap tingkat *brand switching* operator seluler merk Indosat dan Telkomsel. 2) adanya hubungan yang positif dan signifikan dari persepsi harga terhadap tingkat *brand switching* operator seluler Indosat dan Telkomsel. 3) adanya hubungan yang positif dan signifikan dari *variety seeking* terhadap tingkat *brand switching* operator seluler Indosat dan Telkomsel. 4) ada pengaruh yang positif dan signifikan antara atribut produk, persepsi harga dan *variety seeking* secara bersama-sama dengan tingkat *brand switching* operator seluler Indosat dan Telkomsel.

Kata Kunci : atribut produk, persepsi harga, keinginan mencari variasi, perpindahan merk

ABSTRACT

Rizky Hanantyo, 2015; Effect of Product Attributes, Perception Price and Variety Seeking Against Brand Switching Products Mobile Operator Indosat and Telkomsel. Thesis, Jakarta: Concentration Marketing Management, Program Management SI Transfer Program, Department of Management, Faculty of Economics, University of Jakarta.

The purpose of this study is to describe and analyze the relationship between the influence of product attributes, price perception, variety seeking, and brand switching from Indosat and Telkomsel products. The sample in this study is teruntuk Indosat Jakarta State University student who uses a mobile operator Indosat. While teruntuk Telkomsel is the office employees in one office in Central Jakarta. Total sample amounted respectively - each object of 100 people for Indosat and Telkomsel (200 overall). This study uses quantitative methods with multiple regression analysis techniques, and tools of data analysis using SPSS version 21. Results of hypothesis testing showed: 1) the existence of a positive and significant relationship of product attributes on the level of brand switching mobile operator brands Indosat and Telkomsel. 2) the existence of a positive and significant relationship of price perception of the level of brand switching mobile operator Indosat and Telkomsel. 3) the existence of a positive and significant relationship of variety seeking on the level of brand switching mobile operator Indosat and Telkomsel. 4) there is a positive and significant influence between product attributes, perceptions of price and variety seeking together with the level of brand switching mobile operator Indosat and Telkomsel.

Keywords: product attributes, perceptions of price, variety seeking, brand switching

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan rasa syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa peneliti sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I
2. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku Dosen Pembimbing II
3. Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi (FE) UNJ
4. Dr. Hamidah, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen, FE UNJ
5. Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, FE UNJ
6. Seluruh dosen FE UNJ yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.
7. Seluruh karyawan hotel Aryaduta Jakarta yang telah membantu peneliti selama proses penelitian ini.
8. Kedua orangtua ku Handoko dan Tantin Hendratiyah, adikku Rezka Baby Hanandya, serta seluruh keluarga besar ku yang selalu mendoakan dan memberi perhatian serta kasih sayangnya kepada ku.
9. Teman – teman S1 Manajemen Alih Program 2012 yaitu Agung, Jaka, Ilham, Udin dan teman – teman lain yang turut membantu dan memberi semangat dalam pengerjaan penelitian kali ini.
10. Kedua sahabat ku yaitu Caesar Putri dan Kendisa yang selalu bersedia membantu dan turut memberi semangat kepada peneliti dalam hal menuntaskan penelitian skripsi ini
11. Mbak Fitri (staff jurusan Manajemen) serta staff lain yang kerap membantu proses administrasi perkuliahan.

12. Serta semua pihak yang telah banyak membantu penulisan skripsi ini sampai selesai yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukannya. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, peneliti dengan senang hati menerima kritik membangun, saran dan masukan dari pembaca sekalian.

Bekasi, Februari 2015

Rizky Hanantyo