

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN *VARIETY SEEKING*
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK
HANDPHONE NOKIA KE *SMARTPHONE* SAMSUNG
(Survei pada outlet Okeshop ITC Roxy Mas, Jakarta Pusat)**

**TEGUH KURNAEN
8215088088**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2014**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES AND
VARIETY SEEKING TOWARD BRAND SWITCHING
DECISION OF HANDPHONE NOKIA TO SAMSUNG
SMARTPHONE**

(Survey at outlet Okeshop ITC Roxy Mas, Central Jakarta)

**TEGUH KURNAEN
8215088088**



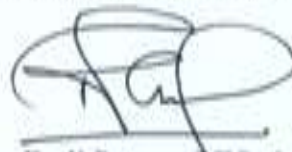
Thesis is written as Part Of Bachelor Degree in Economics Accomplishment

**STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT
MARKETING CONCENTRATION
DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2014**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

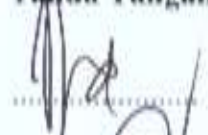
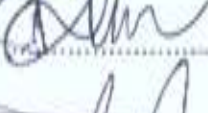
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana ES., M.Bug

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Agung Wahyu Handaru, S.T., M.M</u> NIP. 19781127 200604 1 001	Ketua		30 Januari 2014
2. <u>Usep Suhud, PhD</u> NIP. 19700212 200812 1 001	Sekretaris		30 Januari 2014
3. <u>Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M</u> NIP. 19720627 200604 1 001	Penguji Ahli		30 Januari 2014
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Pembimbing I		30 Januari 2014
5. <u>Agung Kresnamurti RP, S.T., M.M</u> NIP. 19740416 200604 1 001	Pembimbing II		30 Januari 2014

Tanggal Lulus: 30 Januari 2014

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi ini merupakan Karya Asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali 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 di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, 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 Januari 2014

Yang membuat pernyataan



Teguh Kurnaan

No. Reg 8215088088

ABSTRAK

Teguh Kurnaen, 2014; Pengaruh Atribut Produk dan *Variety Seeking* Terhadap Keputusan Perpindahan Merek *Handphone* Nokia ke *Smartphone* Samsung: Survei Pada Outlet Okeshop ITC Roxy Mas, Jakarta Pusat. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, SE., MSi. & Agung Kresnamurti RP, ST., MM

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui deskripsi/gambaran mengenai atribut produk, *variety seeking* dan keputusan perpindahan merek *handphone* Nokia ke *smartphone* Samsung, 2) untuk menguji secara empiris pengaruh atribut produk terhadap keputusan perpindahan merek *handphone* Nokia ke *smartphone* Samsung, 3) untuk menguji secara empiris pengaruh *variety seeking* terhadap keputusan perpindahan merek *handphone* Nokia ke *smartphone* Samsung. 4) untuk menguji secara empiris pengaruh atribut produk dan *variety seeking* secara bersama-sama terhadap keputusan perpindahan merek *handphone* Nokia ke *smartphone* Samsung. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif, desain deskriptif serta kausal, teknik pengumpulan data dengan metode survei. Populasi dari penelitian ini adalah pengunjung outlet Okeshop ITC Roxy mas, Jakarta Pusat yang menggunakan *smartphone* Samsung dan pernah menggunakan *handphone* Nokia. Sampel berjumlah 194 responden. Data diolah dengan menggunakan program aplikasi statistik SPSS 22. Hasil dari uji t menunjukkan atribut produk terhadap perpindahan merek berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi X_1 ke Y (0.000), dan *variety seeking* terhadap perpindahan merek juga berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi X_2 ke Y (0.000) keduanya tidak lebih besar dari 0.05. Hasil dari uji F menunjukan pengaruh yang signifikan dari atribut produk dan *variety seeking* terhadap perpindahan merek yaitu (0.000). Hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan besarnya variasi nilai perpindahan merek yang dijelaskan pada variabel atribut produk dan *variety seeking* sebesar 20,6%. Sedangkan sisanya yakni 79,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: atribut produk, *variety seeking*, perpindahan merek.

ABSTRACT

Teguh Kurnaen, 2014; The Influence of Product Attributes and Variety Seeking Toward Brand Switching Decision of Handphone Nokia to Samsung Smartphone: Survey at Outlet Okeshop ITC Roxy Mas, Central Jakarta. Skripsi, Jakarta: Marketing Management, Management, Faculty of Ecomonomics, Universitas Negeri Jakarta. Advisory: Setyo Ferry Wibowo, SE., MSi. & Agung Kresnamurti RP, ST., MM.

The purpose of the research are: 1) to know the description of product attributes, variety seeking, and brand switching decision of handphone Nokia to Samsung Smartphone, 2) test empirically the influence of product attributes toward brand switching decision of handphone Nokia to Samsung smartphone, 3) test empirically the influence of variety seeking toward brand switching decision of handphone Nokia to Samsung smartphone, 4) test empirically the influence of product attributes and variety seeking toward brand switching decision of handphone Nokia to Samsung smartphone. This is a quantitative research, descriptive and causal design, collecting data by survey method. Population of this research is visitors of Outlet Okeshop ITC Roxy mas, Central Jakarta who use Samsung smartphone and had use handphone Nokia before. Total sample in this research counted 194 respondents. Analysis of the research was conducted using SPSS 22. The results of the t test shows the product attributes and brand switching significantly influence the significance value X_1 to Y (0.000), and variety seeking toward brand switching are also significantly influence the value of significance X_2 to Y (0.000) both are not greater than 0.05. The results of F test simultaneously indicates product attributes and variety seeking influencing significantly to brand switching (0.000). And the result of determination analysis in this research shows the variation of variables product attributes and variety seeking could explained brand switching together for 20,4%. While 79,6% While the remaining 79.6% are explained by other variables that are not included in this research model.

Keywords: product attributes, variety seeking, brand switching.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan tugas akhir yang untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si. dan Bapak Agung Kresnamurti, ST, MM selaku dosen pembimbing. Dorongan dan semangat yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Mohammad. Rizan, SE, MM. dan Bapak Usep Suhud, PhD. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Dr. Hamidah, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
5. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST, MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
6. Para dosen dan seluruh karyawan/staff pegawai Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu atas ilmu dan bantuan selama perkuliahan sampai peneliti menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh karyawan dan pengunjung Okeshop ITC Roxy mas, yang mau meluangkan waktunya membantu selama proses penelitian ini.
8. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada orang tua Lely Desmiati, saudara Indah Puspita, Trisna Handayani, dan Kartika Chaerani yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Reza Febriawan dan Jonathan P, dan teman teman S1 Manajemen angkatan 2009 dan 2010. yang telah saling membantu selama prosen pembuatan skripsi ini.
10. Dimas Gamma Lukito, Kristian, Ferry Ferdian, Trio Hariyanto, Risky Fauzi, Tino Hermawan dan terutama untuk Ummuika Risani dan Diana Nauli yang sangat membantu dan terus memberikan semangat dan dukungan selama masa perkuliahan sampai proses penelitian ini.
11. Seluruh teman-teman Mai Laip Mai Adpentur, dan @budut08, yang juga memberikan dukungan selama proses penelitian.
12. Seluruh teman-teman dari S1 Manajemen angkatan 2005 sampai 2010.

Demi kesempurnaan penelitian atau skripsi ini, oleh karena itu peneliti menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, Februari 2014

Teguh Kurnaen