

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DAN PROMOSI
DENGAN PERPINDAHAN MEREK KARTU *SUBSCRIBER
IDENTITY MODULE* (SIM) XL AXIATA KE KARTU
SUBSCRIBER IDENTITY MODULE (SIM) *TELKOMSEL* PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA DI JAKARTA**

VARIAN GIOVANNI

8135142909



*Building
Future
Leaders*

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

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2018

***THE CORRELATION BETWEEN BRAND IMAGE AND
PROMOTION WITH BRAND SWITCHING SUBSCRIBER
IDENTITY MODULE (SIM) CARD XL AXIATA TO
SUBSCRIBER IDENTITY MODULE (SIM) CARD TELKOMSEL
IN FACULTY OF ECONOMIC STUDENT STATE UNIVERSITY
OF JAKARTA***

VARIAN GIOVANNI

8135142909



*Building
Future
Leaders*

*Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMIC

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2018

ABSTRAK

VARIAN GIOVANNI, Hubungan antara Citra Merek dan Promosi dengan Perpindahan Merek Kartu *Subscriber Identity Module (SIM) XL Axiata* ke Kartu *Subscriber Identity Module (SIM) Telkomsel* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta.

Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta selama lima bulan dimulai dari bulan Februari sampai dengan Juni tahun 2018. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra merek dan promosi dengan perpindahan merek kartu *Subscriber Identity Module (SIM) XL Axiata* ke kartu *Subscriber Identity Module (SIM) Telkomsel* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi diambil dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Jumlah sampel sebanyak 171 responden diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 43,438 + 0,293 X_1 + 0,290 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu menggunakan uji normalitas dan linieritas. Uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200, X_1 bernilai sebesar 0,200, X_2 bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $1,058 < 3,053$ dan uji linieritas regresi Y atas X_2 menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $1,012 < 3,053$, sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linier. Dari uji keberartian regresi Y atas X_1 dan X_2 menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $36,993 > 3,053$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Kemudian dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 3,868$ dan $t_{tabel} = 1,65397$, Y atas X_2 $t_{hitung} = 3,753$ dan $t_{tabel} = 1,65397$. Dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasinya adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi Y atas X_1 dan X_2 yang diperoleh sebesar 0,306 yang menunjukkan bahwa 30,6% variabel perpindahan merek ditentukan oleh citra merek dan promosi.

Kata kunci: Perpindahan Merek, Citra Merek, Promosi

ABSTRACT

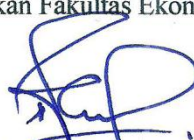
VARIAN GIOVANNI, *The Correlation between Brand Image and Promotion with Brand Switching Subscriber Identity Module (SIM) Card XL Axiata to Subscriber Identity Module (SIM) Card Telkomsel in Faculty Of Economic Student, State University of Jakarta.*

This research was conducted in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta, for five months, starting from February to June 2018. The purpose of this study is to determine the correlation between brand image and promotion with brand switching Subscriber Identity Module (SIM) Card XL Axiata to Subscriber Identity Module (SIM) Card Telkomsel in Faculty Of Economic Student, State University of Jakarta. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are all student in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of Purposive sampling as many as 171 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 43,438 + 0,293 X_1 + 0,290 X_2$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X_1 with Kolmogorov-Smirnov test with significance level (α) = 5% or 0,05 estimates significance of Y equal to 0,200, X_1 equal to 0,200, X_2 equal to 0,200. Because the significance level is > 0.05 it can be concluded that the data is normally distributed and can be used. Testing linearity of regression Y on X_1 produces $F_{count} < F_{table}$ is $1,058 < 3.053$ and testing linearity of regression Y on X_2 produces $F_{count} < F_{table}$ is $1,012 < 3.053$, so it is concluded that the linear equation regression. Hypothesis testing from the significance regression Y on X_1 and X_2 produces $F_{count} > F_{table}$ which, $36,993 > 3,053$, meaning that the regression equation is significant. Then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, Y on X_1 $t_{count} = 3,868$ and $t_{table} = 1,65397$ and performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, Y on X_2 $t_{count} = 3,753$ and $t_{table} = 1,65397$. It can conclude that is positive and significant. The coefficient of determination Y on X_1 and X_2 obtained by 0,306 indicating that, 30,6% variable brand switching is determined by the brand image and promotion..






Keyword: Brand Switching, Brand Image, Promotion

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana E. S., M. Bus.
NIP. 196712071992031001

NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	TANGGAL
1. <u>Dr. Corry Yohana, M.M.</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		2/7/18
2. <u>Dra. Rohyati, M.Pd.</u> NIP. 195404031985032002	Penguji Ahli		2/7/18
3. <u>Terrylina Arvinta, S.E., M.M.</u> NIDK. 8854660018	Sekretaris		2/7/18
4. <u>Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si.</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing I		2/7/18
5. <u>Ryna Parlyna, MBA.</u> NIP. 197701112008122003	Pembimbing 2		2/7/18

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 ataupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum 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 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, Juni 2018
Yang membuat pernyataan,



Varian Giovanni
NIM. 8135142909

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Desire without knowledge is not good –
how much more will hasty feet miss the way!”*

(Proverbs 19:2)

*“Listen to advice and accept discipline,
and at the end you will be counted among the wise”*

(Proverbs 19:20)

*“To speak impartially, both sayings are very true: that man to man is a kind of
God; and that man to man is an arrant wolf”*

(Thomas Hobbes, Bernard Gert, 1972 - Man and Citizen)

*“Kemajuan tidak mungkin terjadi tanpa perubahan dan mereka yang tidak dapat
mengubah pikiran mereka tidak dapat mengubah apa pun. Tidak ada yang
mustahil, jika kita ingin mencoba. Untuk itu saya selalu mencoba dan berusaha
untuk bisa sampai di titik yang saya inginkan”*

(Varian Giovanni)

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tersayang.

Terima kasih banyak karena selalu mendukung dalam bentuk materi dan doa demi kemudahan dan kelancaran saya selama menempuh perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Segala Puji selalu terpanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya yang senantiasa menyertai sehingga Praktikan dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara citra merek dan promosi dengan perpindahan merek kartu *Subscriber Identity Module (SIM) XL Axiata* ke kartu *Subscriber Identity Module (SIM) Telkomsel* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, M. M., M. Si. selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, saran, dukungan, semangat, waktu dan tenaga kepada peneliti.
2. Ryna Parlyna, MBA. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, saran, dukungan, semangat, waktu dan tenaga kepada peneliti.
3. Dra. Nurahma Hajat, M. Si. selaku dosen pembimbing akademik selama peneliti berkuliah di Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Corry Yohana, M. M. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.

5. Dr. Dedi Purwana E. S., M. Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Setyo Ferry Wibowo, S. E., M. Si. selaku Wakil Dekan 1 yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, khususnya dosen – dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalamannya.
8. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah meluangkan waktunya.
9. Seluruh mahasiswa Pendidikan Bisnis 2014, 2015, 2016 dan 2017.

Peneliti sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan peneliti. Oleh karena hal tersebut, peneliti sangat berharap kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Jakarta, Juni 2018

Varian Giovanni