



PERPINDAHAN MEREK *SMARTPHONE*
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Lenovo)

SKRIPSI

KRISNA DWI PUTRI MAHARJANI

1310111085

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

2017



PERPINDAHAN MEREK *SMARTPHONE*
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Lenovo)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

KRISNA DWI PUTRI MAHARJANI

1310111085

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Krisna Dwi Putri Maharjani

NIM : 1310111085

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 10 Juli 2017

Yang Menyatakan



Krisna Dwi Putri Maharjani

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Krisna Dwi Putri Maharjani
NIM. : 1310111085
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

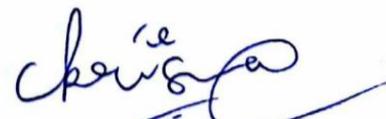
Perpindahan Merek *Smartphone* (Studi Pada Pengguna *Smartphone* Lenovo)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 10 Juli 2017

Yang Menyatakan,


Krisna Dwi Putri Maharjani

PENGESAHAN

PERPINDAHAN MEREK *SMARTPHONE*
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Lenovo)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

KRISNA DWI PUTRI MAHARJANI
13101111085

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 10 Juli 2017
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Tati Handayani, S.E., M.M.
Ketua Penguji



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP.
Penguji I (Pembimbing I)



Drs. Hariyanto Ridwan., M.M.
Penguji II (Pembimbing II)



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP.

Dekan



Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 10 Juli 2017



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692858, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2016/2017

Hari ini Senin , tanggal 10 Juli 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : KRISNA DWI PUTRI MAHARJANI

No.Pokok Mahasiswa : 1310111085

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

PERPINDAHAN MEREK SMARTPHONE (Studi Pada Pengguna Smartphone Lenovo)

Dinyatakan yang bersangkutan (Lulus / ~~Tidak Lulus~~)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, SE, MM	Ketua	
2	Dr. Prasetyo Hadi, S.E.,M.M.,CFMP	Anggota I	2.
3	Drs. Nobelson, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



Perpindahan Merek *Smartphone* (Studi Pada Pengguna *Smartphone* Lenovo)

Oleh

Krisna Dwi Putri Maharjani

Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, membuat hidup manusia tidak dapat dipisahkan lagi dengan teknologi, khususnya teknologi dan komunikasi. Hal ini mendorong produsen telepon selular berlomba menciptakan *smartphone* yang bisa memiliki kemampuan mencukupi kebutuhan sesuai tuntutan jaman. Berbagai macam pilihan produk yang ditawarkan produsen memberi kesempatan bagi konsumen untuk melakukan perpindahan merek. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh iklan dan kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek pada pengguna *smartphone* Lenovo. Data penelitian berdasarkan kuesioner yang diisi oleh 60 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan program smartPLS versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Iklan berpengaruh signifikan dan positif terhadap perpindahan merek. 2) Kebutuhan Mencari Variasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap perpindahan merek.

Kata kunci: Iklan, Kebutuhan Mencari Variasi, Perpindahan Merek

***Smartphone Brand Switching
(Study On Lenovo Smartphone Users)***

By

Krisna Dwi Putri Maharjani

Abstract

The current rapid growth of the development of technology has made human life can't be separated from the technology particularly in the field of telecommunication. This condition has encouraged the manufacturer to compete in creating smartphone which can meet the needs of human life according to the demands of time. Many kinds of products are offered by the manufacturer by giving opportunity to the customers to do brand switching. This research purpose to prove influence of advertising, and variety seeking on brand switching of Lenovo users. Data collection techniques using primary data by spreading questionnaires to 60 respondents. The sampling technique in this research is non probability sampling with purposive sampling method. Analysis techniques using Partial Least Square (PLS) with smartPLS program version 3.0. The result of this research show that: 1) Advertising have significant and positive influence to brand switching. 2) Variety seeking have significant and positive influence to brand switching.

Keywords: Advertising, Variety Seeking, Brand Switching

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga penelitian ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2017 ini adalah Perpindahan Merek *Smartphone* (Studi Pada Pengguna *Smartphone* Lenovo). Terima kasih penulis ucapkan kepada bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E, M.M, CFMP selaku dosen pembimbing utama sekaligus Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan bapak Drs. Hariyanto Ridwan, MM selaku pembimbing kedua saya, serta Bapak Wahyudi SE, MM selaku Ka. Prodi S1 Manajemen yang telah memberikan arahan yang sangat bermanfaat dalam proses penyusunan penelitian.

Kemudian ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua, kakak saya Oryza Dewi, dan juga Aditya Rachman yang tidak henti-hentinya memberikan semangat, doa, dan selalu setia mendengar keluh kesah penulis. Terima kasih juga disampaikan untuk sahabat saya Rinda, Citra, Devi, Aida, Ardy, Ardito, Edo, Randy, Eben, Rizky, dan teman-teman kuliah lokal B Manajemen, serta teman-teman seperjuangan S1 Manajemen 2013 yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu memberikan semangat ketika penulis merasa lelah bahkan ingin menyerah ketika mengerjakan penelitian ini.

Jakarta, 10 Juli 2017

Krisna Dwi Putri Maharjani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Penelitian Sebelumnya	7
II.2 Landasan Teori	10
II.2.1 Pemasaran	10
II.2.2 Pengambilan Keputusan	10
II.2.2.1 Proses Pengambilan Keputusan	11
II.2.3 Merek	12
II.2.3.1 Pengertian Merek	12
II.2.3.2 Manfaat Merek	13
II.2.3.3 Respon terhadap Merek	14
II.2.3.4 Perpindahan Merek	14
II.2.3.5 Indikator Perpindahan Merek	15
II.2.4 Iklan	16
II.2.4.1 Pengertian Iklan	16
II.2.4.2 Langkah Penyampaian Iklan	16
II.2.4.3 Tujuan Iklan	17
II.2.4.4 Indikator Iklan	18
II.2.5 Perilaku Konsumen	18
II.2.5.1 Jenis Perilaku Pembelian	19
II.2.6 Kebutuhan Mencari Variasi	20
II.2.6.1 Indikator Kebutuhan Mencari Variasi	20
II.3 Kerangka Pemikiran	21
II.4 Pengembangan Hipotesis	21
II.4.1 Pengaruh Iklan Terhadap Perpindahan Merek	21

II.4.2	Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek	22
BAB III	METODE PENELITIAN	23
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
III.1.1	Definisi Operasional.....	23
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	24
III.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	24
III.2.1	Populasi	24
III.2.2	Sampel.....	24
III.3	Teknik Pengumpulan Data	25
III.3.1	Jenis Data	25
III.3.2	Sumber Data.....	25
III.3.3	Pengumpulan Data	26
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	27
III.4.1	<i>Partial Least Square</i> (PLS).....	27
III.4.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	28
III.4.3	Uji Hipotesis	29
III.4.3.1	Uji Signifikan Parsial (Uji t)	29
III.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	30
III.5	Kerangka Model Penelitian.....	30
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	32
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	32
IV.1.1	Sejarah Objek Penelitian	32
IV.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	34
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	34
IV.2.1	Deskripsi Data Respoden	34
IV.3	Analisis Data Penelitian	35
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	37
IV.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	37
IV.3.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	39
IV.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan	40
IV.3.1.3	Uji Reliabilitas.....	41
IV.3.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	42
IV.3.2.1	Uji Signifikan Parsial (Uji t)	42
IV.3.2.2	<i>R-Square</i>	43
IV.3.2.3	<i>Q-Square</i>	43
IV.4	Pembahasan.....	44
IV.4.1	Pengaruh Iklan Terhadap Perpindahan Merek	44
IV.4.2	Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek	45
IV.5	Keterbatasan Penelitian	45
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	46
V.1	Simpulan.....	46
V.2	Saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA	47
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	<i>Smartphone Growth in the Asia Pacific</i>	2
Tabel 2.	<i>Top Brand Award</i> Kategori <i>Smartphone</i>	3
Tabel 3.	Matriks Penelitian Sebelumnya.....	9
Tabel 4.	Pengukuran Variabel dengan Menggunakan Skala <i>Likert</i>	24
Tabel 5.	Bobot Penilaian Berdasarkan Skala <i>Likert</i>	26
Tabel 6.	Kisi-kisi Instrumen	26
Tabel 7.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha Cronbach</i> (α).....	29
Tabel 8.	Karakteristik Responden Menurut Usia	34
Tabel 9.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	35
Tabel 10.	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	35
Tabel 11.	Data Responden Variabel Iklan <i>Outer Loading</i>	36
Tabel 12.	Data Responden Variabel Kebutuhan Mencari Variasi	36
Tabel 13.	Data Responden Variabel Perpindahan Merek	37
Tabel 14.	<i>Outer Loading</i>	39
Tabel 15.	<i>Cross Loading</i>	40
Tabel 16.	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	41
Tabel 17.	<i>Cronbach's Alpha</i>	42
Tabel 18.	<i>Composite Reliability</i>	42
Tabel 19.	Uji Hipotesis Penelitian.....	42
Tabel 20.	<i>R Square</i>	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	<i>Market Share Smartphone</i>	4
Gambar 2.	Model Lima Tahap Proses Pembelian.....	11
Gambar 3.	Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.	Langkah-langkah Analisis PLS.....	28
Gambar 5.	Kerangka Model Penelitian	30
Gambar 6.	Model 1	38
Gambar 7.	Model 2 (Dengan membuang loading factor $< 0,5$).....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data 60 Responden
Lampiran 3	Deskripsi Data Responden
Lampiran 4	Analisa Data Penelitian
Lampiran 5	Hasil <i>Output Outer Model</i> PLS
Lampiran 6	Hasil <i>Output</i> PLS
Lampiran 7	T-Tabel
Lampiran 8	Surat Riset