

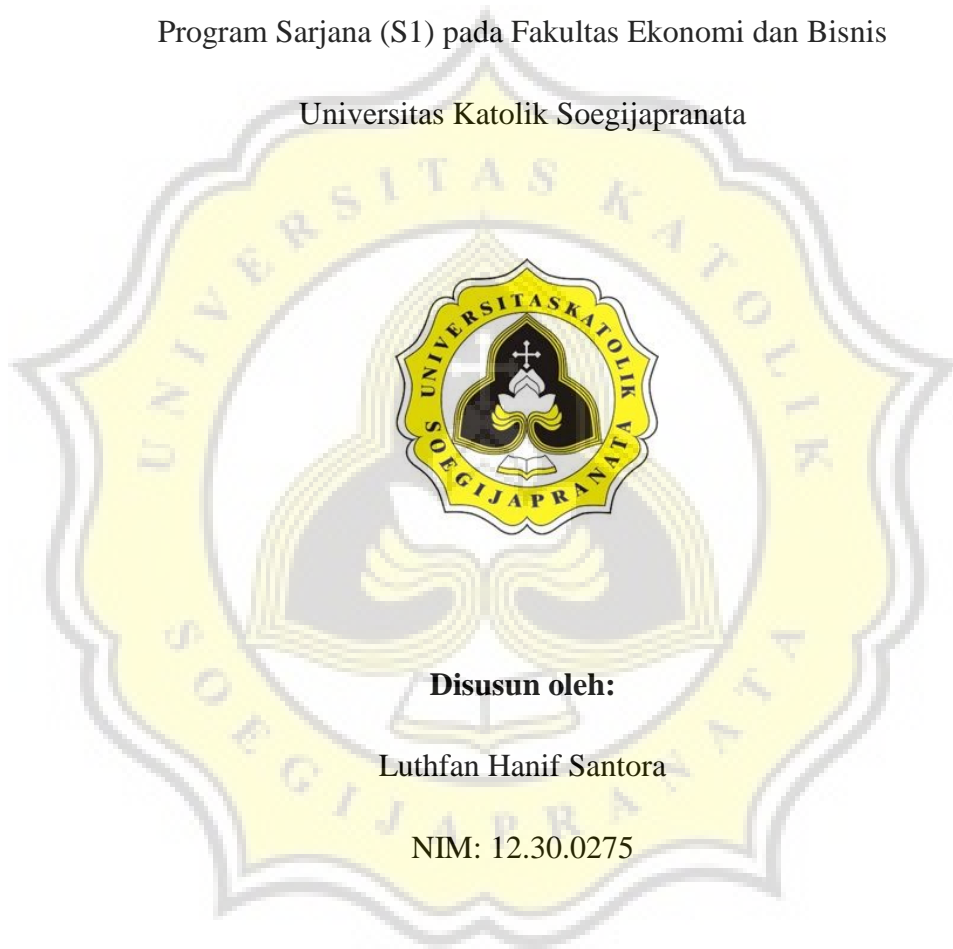
**ANALISIS FAKTOR YANG MENDORONG KONSUMEN MUDA DI
KOTA SEMARANG UNTUK BERPINDAH MEREK DARI
BLACKBERRY KE *SMARTPHONE* MEREK LAIN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan

Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



Disusun oleh:

Luthfan Hanif Santora

NIM: 12.30.0275

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2016

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penulis : Luthfan Hanif Santora

NIM : 12.30.0275

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Judul : Analisis Faktor yang Mendorong Konsumen Muda di
Kota Semarang untuk Berpindah Merek dari BlackBerry
ke *Smartphone* Merek Lain.

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh pembimbing pada 19
September 2016.

Semarang, 19 September 2016

Dosen Pembimbing

M. Widyanto, S.E., M.M.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI DENGAN JUDUL:

**Analisis Faktor yang Mendorong Konsumen Muda di Kota Semarang untuk
Berpindah Merek dari BlackBerry ke *Smartphone* Merek Lain**

Disusun oleh:

Nama : Luthfan Hanif Santora

NIM : 12.30.0275

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada tanggal 19 September 2016.

Tim Penguji

Penguji 1

Penguji 2

Penguji 3

Sentot Suciarto A., Ph.D.

Drs. R. Bowo Harcahyo,

M. Widyanto, S.E.,

MBA.

M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

Sentot Suciarto A., Ph.D.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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

**Analisis Faktor yang Mendorong Konsumen Muda di Kota Semarang untuk
Berpindah Merek dari BlackBerry ke *Smartphone* Merek Lain**

adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di masa mendatang ditemukan adanya manipulasi, plagiasi, ataupun bentuk-bentuk kecurangan lainnya, saya bersedia untuk bertanggung jawab dan menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata, maupun dari Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 19 September 2016

Luthfan Hanif Santora

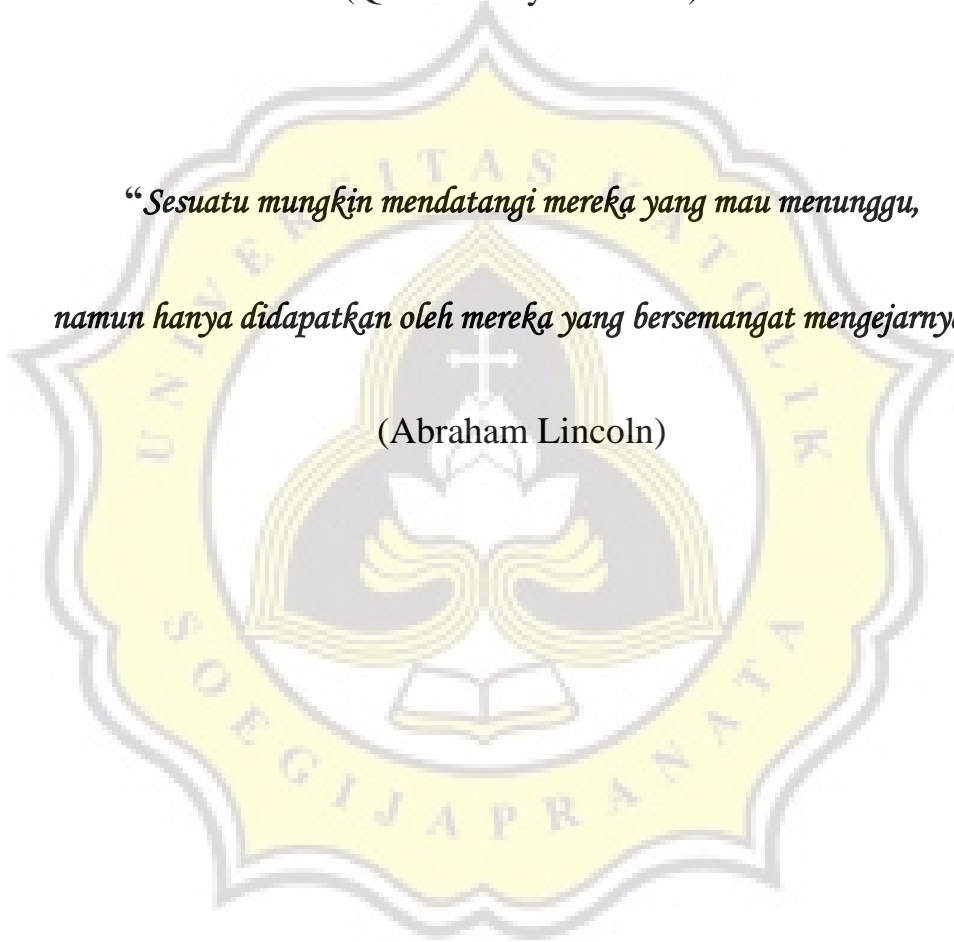
HALAMAN MOTTO

“Karena sesungguhnya dibalik kesulitan itu selalu ada kemudahan”

(Q.S. Al-Insyirah 94: 5)

*“Sesuatu mungkin mendatangi mereka yang mau menunggu,
namun hanya didapatkan oleh mereka yang bersemangat mengejarnya.”*

(Abraham Lincoln)



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **Analisis Faktor yang Mendorong Konsumen Muda di Kota Semarang untuk Berpindah Merek dari BlackBerry ke *Smartphone* Merek Lain.**

Penyusunan skripsi ini juga tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Sapto Jodi Santoso dan Ibu Neneng R. Soendjaja, serta kedua kakakku, Darashena Santora dan Ulvadisa Santora yang selalu menyemangati, memotivasi, dan mendoakan penulis.
2. Dosen pembimbing yang saya hormati, Bapak M. Widyanto, S.E., M.M. yang selalu mengarahkan, memberi ide & masukan, meluangkan waktu, dan memotivasi penulis.
3. Dosen penguji yang saya hormati, Bapak Sentot Suciarto A., Ph.D. (juga selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata) dan Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA. yang telah memberi kritik dan saran yang sangat membangun untuk penulis.
4. Seluruh dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata yang saya hormati, yang telah membagi ilmunya dengan tulus dan memberi inspirasi dalam penulisan skripsi.
5. Teman hidupku, Fariyanti Isnia Widyasari yang senantiasa mendukung, menyemangati, mendoakan, memberi masukan, dan menghibur, serta menjadi tempat penulis berkeluh kesah.

6. Sahabat-sahabatku 'PASUKAN' Ginjong, Mamad, Pelang, Aix, Abi, Suplek, Rembo, Astor, Ali, Dhicak, Sheila, dan Atika; dan sahabat-sahabatku 'TUWAILIGHT' Putri, Sebul, Wega, Desika, Musto, Kopet, Acil, Beong, Tisa, Octa, Tia, Tiffany, dan Winda yang selalu menyemangati dan menghibur penulis dengan berbagai kekonyolan yang ada.
7. Keluarga BEM Universitas Katolik Soegijapranata 2013/2014; sahabat-sahabat seperjuangan skripsi Cakra, Pepet, Bowok, dan Ettak; serta teman-teman konsentrasi Marketing dan Jurusan Manajemen angkatan 2012 yang selalu mendukung dan memberi saran kepada penulis.
8. Seluruh responden yang saya hormati, yang secara sukarela membantu penulis dalam mengisi kuesioner penelitian.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Untuk hal tersebut, penulis memohon maaf jika terdapat beberapa hal dalam skripsi yang kurang berkenan dan mengucapkan terima kasih atas kritik dan saran di kemudian hari untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi insan ilmu pengetahuan dan pihak lain yang terkait.

Semarang, 19 September 2016

Luthfan Hanif Santora

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1. Manajemen Pemasaran	9
2.2. Perilaku Konsumen	9
2.3. Konsep Merek	13
2.4. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	14
2.5. Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>)	15
2.6. Kerangka Pikir	17
2.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian	19

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Obyek Penelitian	23
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.3. Jenis dan Sumber Data	24
3.4. Teknik Pengumpulan Data	24
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas	25
3.5.1. Uji Validitas	25
3.5.2. Uji Reliabilitas	26
3.6. Metode Analisis Data	27
3.6.1. Analisis Deskriptif	27
3.6.2. Analisis Faktor	28
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 32
4.1. Deskripsi Responden	32
4.1.1. Usia Responden	32
4.1.2. Jenis Kelamin Responden	33
4.1.3. Pekerjaan Responden	33
4.1.4. Penghasilan per Bulan Responden	34
4.1.5. Tipe <i>Smartphone</i> yang Terakhir Kali Digunakan Responden	35
4.1.6. Penggunaan Terakhir BlackBerry oleh Responden	36
4.1.7. Durasi Penggunaan BlackBerry oleh Responden	37
4.1.8. Merek <i>Smartphone</i> yang Dipilih Responden Saat Beralih Merek	37
4.2. Analisis Statistik Deskriptif	38
4.3. Analisis Faktor	47
4.3.1. <i>KMO and Bartlett's Test</i>	47
4.3.2. <i>Anti-image Correlation</i>	48
4.3.3. <i>Communalities</i>	49
4.3.4. <i>Total Variance Explained</i>	51
4.3.5. <i>Scree Plot</i>	52
4.3.6. <i>Component Matrix</i>	53

4.3.7. <i>Rotated Component Matrix</i>	55
4.3.8. Penamaan Faktor	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas	25
Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas	27
Tabel 3.3. Rentang Skala	28
Tabel 4.1. Usia Responden	32
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden	34
Tabel 4.4. Penghasilan per Bulan Responden	35
Tabel 4.5. Tipe <i>Smartphone</i> BlackBerry yang terakhir kali digunakan Responden	35
Tabel 4.6. Penggunaan Terakhir BlackBerry oleh Responden	36
Tabel 4.7. Durasi Penggunaan BlackBerry oleh Responden	37
Tabel 4.8. Merek <i>smartphone</i> yang Dipilih Responden Ketika Berpindah Merek dari BlackBerry	38
Tabel 4.9. Analisis Statistik Deskriptif	39
Tabel 4.10. Hasil KMO and Bartlett's Test	47
Tabel 4.11. <i>Anti-image Correlation</i>	48
Tabel 4.12. <i>Communalities</i>	50
Tabel 4.13. <i>Total Variance Explained</i>	51
Tabel 4.14. <i>Component Matrix</i>	54
Tabel 4.15. <i>Rotated Component Matrix</i>	55
Tabel 4.16. Penamaan Faktor	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Penjualan BlackBerry di Indonesia hingga pertengahan 2014 (dalam unit)	5
Gambar 4.1. <i>Scree Plot</i>	53



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	68
Hasil Uji dengan SPSS	71
1. Uji Validitas (<i>Bivariate Correlations</i>)	71
2. Uji Reliabilitas	74
3. Analisis Statistik Deskriptif	75
4. Analisis Faktor	76

