

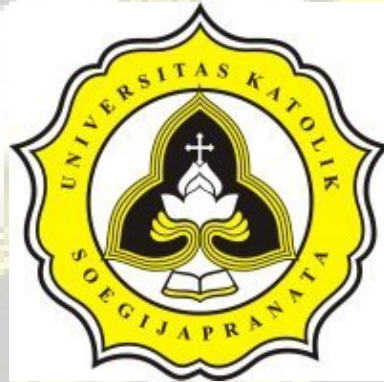
**ANALISIS PENGARUH HARGA, *COVERAGE*, PAKET LAYANAN, DAN  
LINGKUNGAN TERHADAP *BRAND SWITCHING* PENGGUNA  
OPERATOR SELULER  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI SEMARANG)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Sarjana (S1)**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen**

**Universitas Katolik Soegijapranata**



**DISUSUN OLEH :**

**SO, RIO ANANTA KUSUMA**

**10.32.0003**

**JURUSAN S1 – S2 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2014**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : So, Rio Ananta Kusuma

NIM : 10.32.0003

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Judul : ANALISIS PENGARUH HARGA, *COVERAGE*, PAKET LAYANAN, DAN LINGKUNGAN TERHADAP *BRAND SWICHING* PENGGUNA OPERATOR SELULER (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI SEMARANG)

Disetujui di Semarang,.....

Dosen Pembimbing

(Drs.A. Sentot Suciarto, Ph.D.)

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis Pengaruh Harga, *Coverage*, Paket Layanan, Dan Lingkungan Terhadap *Brand Switching* Pengguna Operator Seluler (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Semarang)

Disusun oleh :

Nama : So, Rio Ananta Kusuma

NIM : 10.32.0003

Program Studi :Manajemen

Fakultas :Ekonomi dan Bisnis

Universitas KatolikSoegijapranata Semarang

Telah diterima dan disahkan oleh panitia penguji pada tanggal 27 Februari 2014:

Tim Penguji

Koordinator

Anggota

Anggota

(A. Posmaria Setiaswi S.,SE.,M.Si) (M. Widyanto, SE.,MM.) (Sentot Suciarto A., Ph.D.)

Mengetahui :

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata

Dr. Octavianus Digdo Hartomo,M.Si. Akt.

NPP : 058.1.1995.170

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

ANALISIS PENGARUH HARGA, *COVERAGE*, PAKET LAYANAN, DAN LINGKUNGAN TERHADAP *BRAND SWITCHING* PENGGUNA OPERATOR SELULER

(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI SEMARANG)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : So, Rio Ananta Kusuma

NIM : 10.32.0003

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen S1-S2

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi, manipulasi, atau bentuk – bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 10 Februari 2014

So, Rio Ananta Kusuma

## KATA PENGANTAR

Pertama – tama peneliti ingin menyampaikan ucapan syukur dan rasa terima kasih yang tak terbatas kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala penyertaan dan kemurahannya yang menyertai peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai pemenuhan syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga, *Coverage*, Paket Layanan, dan Lingkungan Terhadap *Brand Switching* Pengguna Operator Seluler (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Semarang)”.

Skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bimbingan, bantuan, dan support dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti dari hati yang paling dalam ingin menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah Bapa, Tuhan Yesus Kristus, Roh Kudus, untuk setiap kekuatan, kemurahan, dan penyertaan juga hikmat yang selalu baru setiap hari.
2. Keluargaku tercinta, Papi, Mami, Opa, Oma, Tante, Om dan keluarga besar yang terus memberikan kasih sayang dan dukungan pada peneliti.
3. Bapak Drs. Sentot Suciarto A., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar terus memberikan masukan – masukan dan evaluasi pada peneliti hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih

untuk semua ilmu, kesabaran dalam memberi pengajaran, dan waktunya yang sangat berharga yang sudah diberikan pada peneliti.

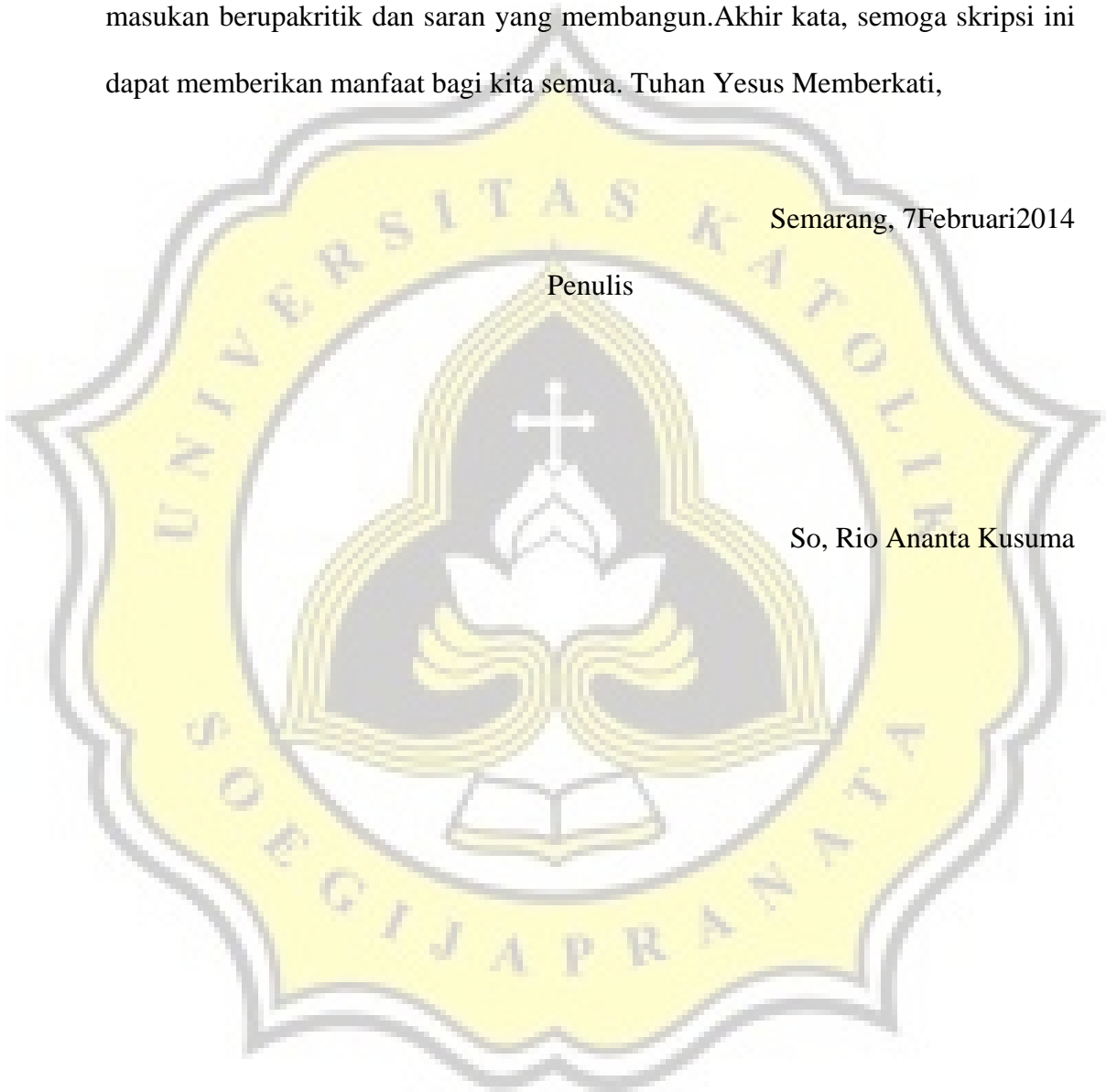
4. Ibu Dra. B. Irmawati, MS, selaku Dosen Wali yang telah membantu dan memberikan banyak support pada peneliti baik dalam proses perkuliahan dan juga dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan berbagai macam wawasan, skill, teladan, dan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menempuh proses perkuliahan..
6. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah banyak membantu penulis dalam hal teknis dan administrasi studi.
7. My Girlfriend, Devienna Setiawan, for always supporting me.. Thankyou dear.
8. Teman – teman tercinta yang sudah menjadi teman yang baik dan memberikan dukungan bagi peneliti. Untuk Calvin, Monica, Shannen, Frenky, Bobby, Ivan, Yoyo, Timothy, Lysia, Lina, Vita, terimakasih untuk semua doa dan dukungannya.
9. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk setiap bentuk dukunganbaik langsung maupun tak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat berterima kasih apabila ada masukan berpakritik dan saran yang membangun. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Tuhan Yesus Memberkati,

Semarang, 7Februari2014

Penulis

So, Rio Ananta Kusuma



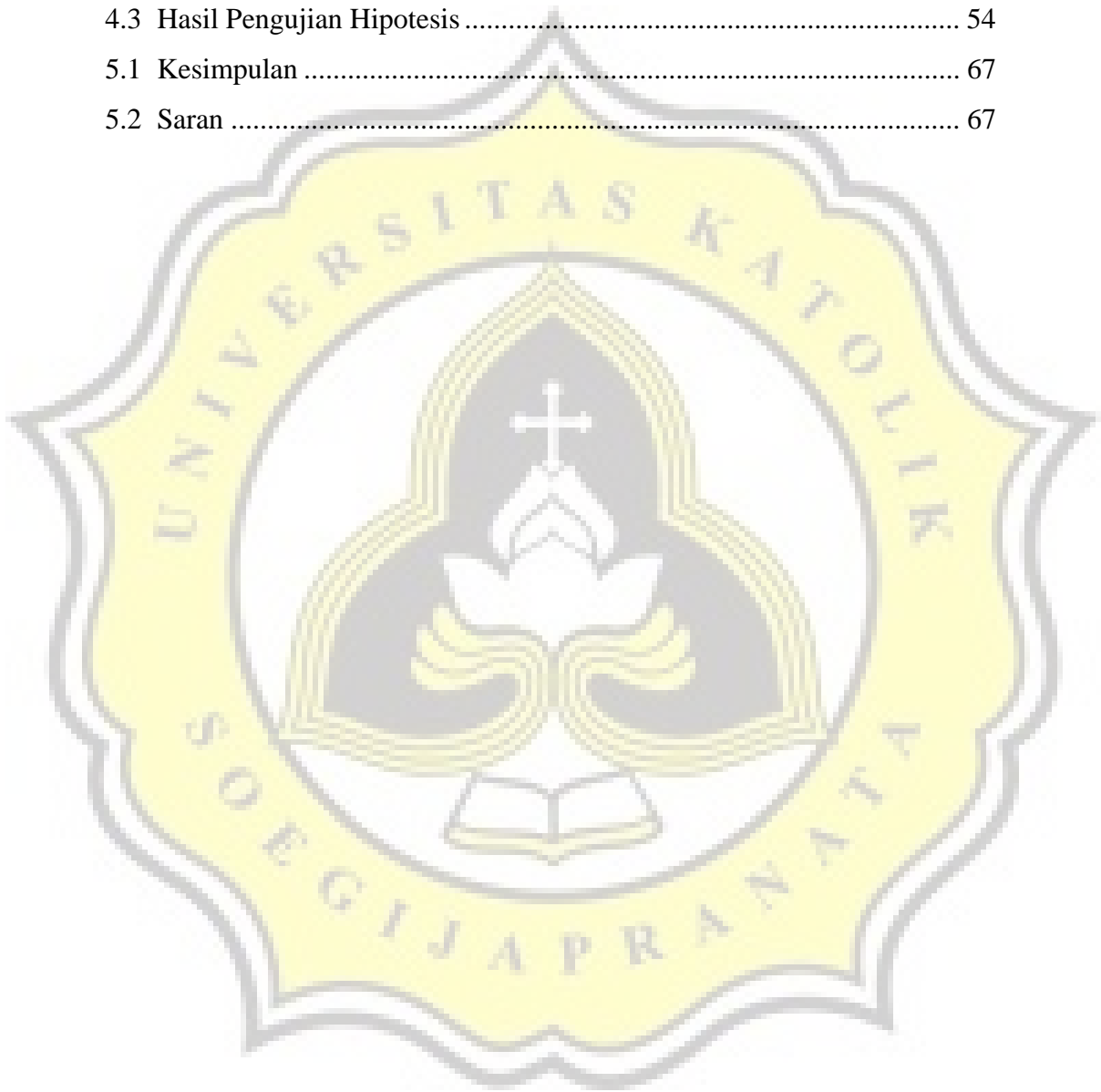
## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi .....	viii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Abstraksi .....	xiv
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	13
2.1 Brand Switching.....	14
2.2 Operator Seluler.....	18
2.2.1 Pengertian Operator Seluler .....	18
2.2.2 Operator Seluler GSM dan CDMA .....	19
2.2.2.1 Operator Seluler GSM.....	19
2.2.2.1.1 Karakteristik Operator Seluler GSM.....	20
2.2.2.1.2 Layanan Fitur Operator Seluler GSM.....	21
2.2.2.2 Operator Seluler CDMA.....	22
2.2.2.2.1 Karakteristik Operator Seluler CDMA.....	23
2.2.2.2.2 Layanan Fitur Operator Seluler CDMA.....	23



2.3 Variabel – Variabel Terkait Operator Seluler	
Yang Dapat Mempengaruhi Brand Switching .....	24
2.3.1 Harga .....	24
2.3.2 Coverage .....	26
2.3.3 Paket Layanan .....	27
2.3.4 Lingkungan .....	28
2.4 Penelitian Terdahulu .....	29
2.5 Kerangka Pikir .....	33
2.6 Hipotesis Penelitian .....	34
2.7 Definisi Operasional .....	37
3.1 Objek dan Lokasi Penelitian .....	38
3.2 Populasi, Sampling, dan Teknik Sampling .....	38
3.3 Pengumpulan Data .....	40
3.3.1 Jenis dan Sumber Data .....	40
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.3.3 Alat Instrumen Pengumpulan Data .....	40
3.4 Alat Analisis Data .....	41
3.4.1 Uji Validitas .....	41
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	42
3.4.3 Skala Pengukuran .....	43
3.4.4 Analisis Regresi .....	44
4.1 Gambaran Umum Responden .....	48
4.1.1 Usia dan Jenis Kelamin Responden .....	48
4.1.2 Perpindahan Operator Seluler .....	49
4.1.3 Alasan Melakukan Brand Switching Operator Seluler .....	50
4.1.4 Lama Menjadi Pelanggan Operator Seluler .....	51
4.1.5 Layanan Yang Sering Digunakan .....	52
4.2 Tanggapan Responden .....	53
4.2.1 Pertanyaan Terkait Brand Switching .....	54

4.2.2	Pertanyaan Terkait Harga .....	55
4.2.3	Pertanyaan Terkait Coverage .....	57
4.2.4	Pertanyaan Terkait Paket Layanan.....	59
4.2.5	Pertanyaan Terkait Lingkungan.....	60
4.3	Hasil Pengujian Hipotesis .....	54
5.1	Kesimpulan .....	67
5.2	Saran .....	67



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1..... 33



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Market Share Pelanggan Seluler di Indonesia .....	5
Tabel 2 Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 3 Skala Penilaian Untuk Pernyataan Positif dan negatif.....	45
Tabel 4 Usia dan Jenis Kelamin Responden .....	48
Tabel 5 Perpindahan Operator Seluler .....	49
Tabel 6 Alasan Melakukan Brand Switching Operator Seluler .....	50
Tabel 7 Lama Menjadi Pelanggan Operator Seluler .....	51
Tabel 8 Layanan Yang Sering Digunakan .....	52
Tabel 9 Pengklasifikasian Skor .....	54
Tabel 10 Pertanyaan Terkait Brand Switching .....	54
Tabel 11 Pertanyaan Terkait Harga.....	55
Tabel 12 Pertanyaan Terkait Coverage .....	57
Tabel 13 Pertanyaan Terkait Paket Layanan.....	59
Tabel 14 Pertanyaan Terkait Lingkungan .....	60
Tabel 15 Uji Regresi (Uji T) .....	61
Tabel 16 Uji Regresi (Uji F) .....	65

## ABSTRAK

*Brand Switching* adalah perilaku perpindahan merek yang dilakukan oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, *coverage*, paket layanan, dan lingkungan terhadap *brand switching* yang dilakukan oleh pelanggan operator seluler, khususnya mahasiswa di kota Semarang. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda dengan taraf signifikansi sebesar 5%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga, *coverage*, dan paket layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand switching* pengguna operator seluler. Variabel lingkungan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand switching* pengguna operator seluler. Dan secara simultan / bersama – sama, variabel harga, *coverage*, paket layanan, dan lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand switching* pengguna operator seluler.

Kata kunci : *brand switching*, harga, *coverage*, paket layanan, lingkungan