

PENGARUH IKLAN TELEVISI, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DARI
MEREK KARTU INDOSAT KE MEREK KARTU SIMPATI
(TELKOMSEL)

(Survei Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo
Fakultas Ekonomi Angkatan 2014/2015)



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Ika Syaroh

Nim : 14413340

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Iklan Televisi, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Merek Kartu Indosat Ke Merek Kartu Simpati (Telkomsel). (Survei Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakulta Ekonomi Angkatan 2014/2015)

Nama : Ika Syaroh

NIM : 14413340

Program Studi : Manajemen

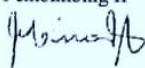
Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 3 Juli 2018

Pembimbing I


Titi Rapini, SE, MM
NIDN. 0005056301


Pembimbing II



Siti Chamidah, Se, M.Si
NIDN. 0019057101




Titi Rapini, SE, MM
NIDN. 0005056301

Dosen Penguji :


(Titi Rapini, SE, MM)
NIDN. 0005056301


(Drs. Ecl Purwanto, MM)
NIDN. 0702105301


(Dra. Umi Farida, MM)
NIDN.0710016101

RINGKASAN

IKA SYAROH (14413340) mengambil penelitian dengan judul skripsi “**PENGARUH IKLAN TELEVISI, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DARI MEREK KARTU INDOSAT KE MEREK KARTU SIMPATI (TELKOMSEL)** (Survei Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi Angkatan 2014/2015)” penelitian ini di bimbing oleh Bapak Setyo Adji, MM selaku dosen pembimbing I dan Ibu Siti Hamidah, MM sebagai pembimbing II penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2017.

Penelitian ini dilakukan karena dilatar belakangi oleh perilaku konsumen yang sering berpindah-pindah dari merek kartu 1 ke merek kartu lain, khususnya di universitas muhamadiyah ponorogo, yang disebabkan beberapa faktor, yaitu, iklan televisi, citra merek dan harga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh iklan televisi terhadap keputusan perpindahan merek dari merek kartu indosat ke kartu simpati, untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan perpindahan merek dari merek kartu indosat ke kartu simpati, untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan perpindahan merek dari merek kartu indosat ke kartu simpati.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta dijelaskan pada BAB IV, maka dapat disimpulkan bahwa variabel iklan televisi mempunyai pengaruh positif, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji T dan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan angka sebesar 2,286 dengan taraf signifikan 0,025, hal tersebut berarti taraf signifikan untuk variabel iklan televisi dibawah 0,050. Bahwa variabel iklan televisi mempunyai pengaruh terhadap keputusan perpindahan merek dari merek kartu indosat ke kartu simpati.

variabel citra merek mempunyai pengaruh positif, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji T dan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan angka sebesar 2,662 dengan taraf signifikan 0,009, hal tersebut berarti taraf signifikan untuk citra merek dibawah 0,050. Bahwa variabel citra merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan perpindahan merek dari merek kartu indosat ke kartu simpati.

variabel harga mempunyai pengaruh positif, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji T dan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan angka sebesar 3,124 dengan taraf signifikan 0,003, hal tersebut berarti taraf signifikan untuk variabel harga dibawah 0,050. Bahwa variabel harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan perpindahan merek dari merek kartu perdana indosat ke kartu perdana telkomsel.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul yang diambil penulis adalah “PENGARUH IKLAN TELEVISI, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DARI MEREK KARTU INDOSAT KE MEREK KARTU SIMPATI (TELKOMSEL) (Survei Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi Angkatan 2014/2015)”. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

Bapak **Drs.H.Sulthon,M.si** Sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ibu **Titi Rapini, SE, MM** sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ibu **Dra. Umi Farida, MM** Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Bapak **Drs. H. Setyo Adji, SE, MM** selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan banyak pelajaran serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Ibu **Siti Chamidah, SE, MM** selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan banyak pelajaran serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penghargaan serta ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh responden penelitian yang telah membantu penulis dalam memberikan data informasi dalam penelitian ini.

Segala hormat dan terima kasih penulis ucapkan ayahanda Suparni dan ibunda Pajjem atas kasih sayang dan dukungan beliau serta doa yang tak pernah putus untuk keberhasilan penulis dan terima kasih juga penulis ucapkan untuk **Fitriana Kusuma Waradani, Fitriani Kusuma Wardani, Intan Nur Khlifah** yang selalu memberikan semangat untuk penulis.

Ponorogo, 03 Juli 2018

Penulis

Ika Syaroh
14413340

Halaman Persembahan

1. Pertama saya tujukan untuk Allah SWT sang maha pencipta yang telah memberikan kelancaran dalam kesehatan, kekuatan, kesabaran, dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Tak lupa untuk junjungan kita nabi besar MUHAMMAD SAW yang menjadi suri tauladan bagi semua umatnya termasuk penulis, dimana yang selalu memotivasi dan berkiblat agar menjadi manusia yang lebih baik dan menjadi umat nya yang akan selamat dunia akhirat.
3. Bapak Drs.H.Sulthon,M.si Sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Ibu Titi Rapini, SE, MM sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
5. Ibu Dra. Umi Farida, MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
6. Bapak Drs. H. Setyo Adji, SE, MM selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan banyak pelajaran serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Siti Chamidah, SE, MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan banyak pelajaran serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Segenap staf perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo . Penulis menyampaikan terima kasih atas pertolongan dan kemudahan yang diberikan

sehingga seluruh referensi yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini dapat terpenuhi dengan baik.

9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dan kerjasamanya demi kelancaran penulisan skripsi ini.

10. Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulis menyampaikan terima kasih dan rasa hormat atas segala ilmu, masukan, dan teladan yang telah diberikan, yang akan selalu bermanfaat bagi penulis.

11. Ibu, Ayah dan serta seluruh keluarga. Penulis menyampaikan terima kasih atas segala dukungan dan doa yang senantiasa diberikan kepada penulis, khususnya selama proses penulisan skripsi ini.

12. Sahabat-sahabat Hebat Dening, Kiki, Aisyah, Anis, Anggun, Anindi dan seluruh rekan Manajemen A Reguler angkatan 2014. Terima kasih atas segala dukungan motivasi, informasi dan tukar pikiran sehingga penulis tidak pernah putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Seluruh rekan KKN 2017 Gondowido, Kinanti, Ambar, Reni, Riya, Aisyah, Budi, Rohman, Bella, dan Wahid. Penulis menyampaikan terima kasih telah memberikan masukan dan semangat.

14. Sahabat-sahabat setia diluar kampus. Anis, Hasna, Umi yang sampai sekarang mendukung dan memberi semangat. Seluruh pihak yang telah berjasa atas terwujudnya skripsi ini, yang belum penulis sebutkan sebelumnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna ini dikarenakan ketebatasan kemampuan fan ilmu yang penulis miliki, maka dari itu penulis berharap agar mendapat kritik dan saran serta masukan demi skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Ponorogo,03 Juli 2018

Penulis

Ika Syaroh



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, Juli 2018



(Ika Syaroh)

14413340

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| Halaman Pengesahaan | i |
| Ringkasan..... | ii |
| Kata Pengantar | iv |
| Halaman Persembahan | vi |
| Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian..... | ix |
| Daftar Isi..... | x |
| Daftar Tabel | xiv |
| Daftar Gambar..... | xv |
| Daftar Lampiran | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 9 |
| 1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian..... | 10 |
| 1.3.1. Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.3.2. Manfaat Penelitian..... | 11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Landasan Teori | 12 |
| 2.1.1 Definisi Pemasaran Dan Bauran Pemasaran..... | 12 |
| 2.1.2 Perilaku Konsumen..... | 17 |
| 2.1.3 Keputusan Pembelian | 26 |

| | |
|--|----|
| 2.1.4. Perpindahan Merek..... | 29 |
| 2.1.5. Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Perpindahan Merek..... | 30 |
| 2.1.6. Pengaruh Citra Merek Terhadap Perpindahan Merek | 32 |
| 2.1.7. Pengaruh Harga Terhadap Perpindahan Merek | 33 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 34 |
| 2.3. Kerangka Pemikiran | 37 |
| 2.4. Hipotesis | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1 Ruang Lingkup Penelitian..... | 39 |
| 3.2. Populasi Dan Sampel | 39 |
| 3.3 Metode Pengambilan Data | 41 |
| 3.3.1. Jenis Dan Sumber Data | 41 |
| 3.3.2. Metode Pengumpulan Data | 42 |
| 3.4 Definisi Operasional | 42 |
| 3.4.1 Variabel Penelitian..... | 42 |
| 3.4.1.1 Variabel Bebas..... | 43 |
| 3.4.1.2 Variabel Terikat | 43 |
| 3.4.2 Definisi Operasional | 43 |
| 3.5 Metode Analalisis Data | 44 |
| 3.5.1. Metode Analisis Data..... | 44 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 Profil | 49 |
| 4.2 Hasil Uji Instrument | 52 |
| a. Uji Validitas | 52 |
| b. Uji Reabilitas | 54 |

| | |
|--|----|
| 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik | 55 |
| a. Uji Normalitas | 55 |
| b. Uji Multikolinearitas | 56 |
| c. Uji Heteroskedastisitas | 57 |
| 4.4. Karakteristik Responden | 57 |
| 4.4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur | 59 |
| 4.4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 59 |
| 4.4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian | 60 |
| 4.4.4. Tanggapan Responden Untuk Pernyataan Dari Setiap Variabel | 61 |
| a. Variabel Iklan Televisi | 63 |
| b. Variabel Citra Merek | 64 |
| c. Variabel Harga | 65 |
| d. Perpindahan Merek | 65 |
| 4.5. Hasil Analisis Data | 67 |
| 4.5.1 Analisis Regresi Berganda | 67 |
| 4.5.2. Hasil Pengujian Hipotesis | 70 |
| a. Uji T | 70 |
| b. Uji F | 71 |
| 4.6. Koefisien Determinasi | 72 |
| 4.7 Implikasi Hasil Penelitian | 73 |
| a. Pengaruh Variabel Iklan Televisi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek | 73 |
| b. Pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Perpindahan Merek | 75 |
| c. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Perpindahan Merek ... | 76 |
| d. pengaruh secara simultan | 77 |

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan 78

5.2 Saran 81

5.2.1 Saran Penelitian 81

5.2.2 Agenda Yang Akan Datang 82

