

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA PRODUK DAN  
KETIDAKPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PERPINDAHAN MEREK KARTU PERDANA SELULER**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I  
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Oleh :**

**AFFILLA FETTY ANGGRAHENI**

**B100140436**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA PRODUK DAN  
KETIDAKPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PERPINDAHAN MEREK KARTU PERDANA SELULER**

**PUBLIKASI ILMIAH**

Oleh :

**AFFILLA FETTY ANGGRAHENI**

**B100140436**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



**Ihwan Susila, SE, M.Si, P.hD.**

**NIK. 711**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA PRODUK DAN  
KETIDAKPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PERPINDAHAN MEREK KARTU PERDANA SELULER**

**OLEH**

**AFFILLA FETTY ANGGRAHENI**

**B100140436**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Pada hari Sabtu, 3 Februari 2018**

**dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Dewan Penguji:**

1. **Ihwan Susila, SE, M.Si, P.hD.**  
**(Ketua Dewan Penguji)**
2. **Drs. Kusdiyanto, M.Si.**  
**(Sekretaris Dewan Penguji)**
3. **Drs. Agus Muqorrobin, M.M.**  
**(Anggota Dewan Penguji)**



(.....)



(.....)



(.....)

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Surakarta**



**Dr. Syamsudin, SE, M.M**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 3 Februari 2018

Penulis



**AFFILLA FETTY ANGGRAHANI**

**B100140436**

# **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA PRODUK DAN KETIDAKPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK KARTU PERDANA SELULER**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas layanan, harga produk dan ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan perpindahan merek kartu perdana seluler. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang sudah berpindah merek kartu perdana seluler di Surakarta. Sampel diambil sebanyak 130 responden dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling* yang merupakan teknik penarikan sampel berdasarkan kriteria tertentu pada responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, uji ketepatan model (uji F), Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), Uji Regresi Linier Bergandadan uji ketepatan parameter penduga (Uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga produk dan ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek kartu perdana seluler.

**Kata Kunci** : Kualitas Layanan, Harga Produk, Ketidakpuasan Konsumen, Perpindahan Merek.

## **Abstract**

*This study aims to know about the influence of service quality, product prices and consumer dissatisfaction with the decision of mobile card brand switching. Population in research this is a society that has moved the brand of cellular prime card in Surakarta. The sample was taken as many as 130 respondents using Non Probability Sampling technique with Purposive Sampling which is a sampling technique based on certain criteria on the respondent. Data collection method used is questionnaire. Data analysis technique in this research is Validity Test, Reliability Test, test of model accuracy (F Test), Test Coefficient of Determination ( $R^2$ ), Multiple Linear Regression Test, and parameter of estimation test (t Test). The results showed that service quality, product price and consumer's dissatisfaction had a positive effect on the decision of mobile card brand switching.*

**Keywords:** *Service Quality, Product Price, Consumer Dissatisfaction, Brand Switching.*

## **1. PENDAHULUAN**

Persaingan yang semakin ketat dalam era globalisasi ini membuat semua perusahaan berlomba-lomba untuk membuat produk dan jasa yang dapat memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen, khususnya dalam perusahaan

operator jaringan telepon seluler. Banyaknya pilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kartu perdana seluler memungkinkan terjadinya perpindahan merek (*brand switching*).

Perpindahan merek (*brand switching*) merupakan karakteristik yang dibentuk dari pola pembelian dengan pergantian ataupun perubahan dari satu merek ke merek yang lain (Peter dan Olson, 2002). Pergantian merek tersebut dapat dipengaruhi oleh beragamnya pilihan produk yang ditawarkan oleh produsen lain dan adanya masalah yang ditemukan dalam pembelian produk yang sudah dibeli.

Konsumen merupakan aset penting yang dapat menentukan kesuksesan perusahaan, maka dari itu perusahaan harus dapat lebih kreatif dalam menciptakan peluang dan inovasi produk. Mengembangkan hubungan jangka panjang dan saling bersama dengan pelanggan dapat mempertahankan strategi yang sudah ada dan dapat menumbuhkan pengaruh positif melalui kata-kata dari konsumen satu ke konsumen yang lain merupakan cara efektif dan efisien untuk mempengaruhi pelanggan baru, dan akhirnya meningkatkan pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan (Dimiyati, 2015).

Wahab dkk. (2010) berfokus pada studi kualitas layanan dari dimensi yang berbeda dari semua layanan yang diberikan oleh perusahaan mobile berdasarkan penyelidikan empiris yang dilakukan di Yordania dan menunjukkan korelasi negatif yang kuat ketika kualitas layanan terkait dengan peralihan merek. Di negara maju yang lebih berorientasi pada kepuasan pelanggan dan kualitas layanan seperti Jerman, kurangnya layanan pelanggan merupakan faktor yang cukup mempengaruhi pelanggan seluler beralih ke merek lain (Martins, et al., 2011).

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan. Sejumlah produsen menawarkan produk dengan harga yang berbeda-beda, harga juga dapat mempengaruhi seseorang untuk beralih merek. Sebagai contoh harga yang ditawarkan oleh merek yang sedang dipakai konsumen memiliki harga yang tinggi, sedangkan

harga yang ditawarkan oleh pesaing lebih rendah dan memiliki karakteristik yang sama.

Dalam sebagian besar penelitian menemukan bahwa harga layanan dan tarif panggilan merupakan penentu utama peralihan merek di hampir semua kasus. Narayan dan Jain (2011) menemukan bahwa harga dan tarif panggilan selalu menjadi salah satu faktor yang menentukan peralihan merek berdasarkan studi yang dilakukan di Korea, Finlandia dan India. Namun, telah ditemukan bahwa kedua faktor ini adalah penentu terpenting di Arab Saudi. Menurut survei yang dilakukan oleh CITC (2010). Studi tersebut menemukan bahwa faktor harga dan faktor tarif panggilan adalah alasan utama untuk beralih ke operator lain. Value Added Services dianggap dalam sejumlah penelitian sebagai penentu perpindahan, tapi mungkin bukan yang utama (Singla dan Bansal, 2010).

Adanya Konsumen memiliki tingkat kepuasan tersendiri dari sebuah produk yang digunakannya. Kepuasan konsumen menjadi prioritas dari beberapa perusahaan untuk mempertahankan pelanggan. Konsumen yang merasa terpuaskan akan kebutuhan dan keinginannya akan tetap menggunakan produk tersebut tetapi apabila konsumen merasa kecewa akan produk yang dipakainya konsumen akan mencari informasi produk dari merek lain yang sesuai dengan apa yang konsumen butuhkan, dengan begitu konsumen akan beralih pada merek lain yang menawarkan manfaat lebih.

Berdasarkan isu diatas maka peneliti dapat mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Produk dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap keputusan Perpindahan Merek Kartu Perdana Seluler”**

## **2. METODE**

### **2.1 Populasi dan sampel**

Populasi merupakan wilayah kesatuan dari ruang lingkup penelitian yang terdiri atas obyek/subyek dengan karakteristik tertentu yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Adapun Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen di Surakarta yang memakai kartu perdana.

Menurut Sugiyono (2014) sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang sudah berpindah merek kartu perdana seluler di Surakarta.

## 2.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: analisis regresi linier berganda untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga produk dan ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan perpindahan merek kartu perdana seluler.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen. Berikut adalah tabel hasil uji F dengan perhitungan statistik menggunakan SPSS.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji F**

$F_{hitung}$	Signifikansi
15,494	0,000

Dari hasil uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 15,494 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi dibawah 0,05 dan nilai F-hitung lebih besar daripada F-tabel ( $15,494 > 2,68$ ), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan perpindahan merek (Y) atau dikatakan bahwa kualitas layanan ( $X_1$ ), harga produk ( $X_2$ ), dan ketidakpuasan konsumen ( $X_3$ ) secara bersamaan berpengaruh secara nyata terhadap perpindahan merek (Y).

### 3.2 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai *adjusted*  $R^2$  yang kecil



berarti kemampuan variabel tidak terikat dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Jika nilai mendekati satu maka variabel-variabel tidak terikat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

R	R Square	Adjusted R Square
0,519 <sup>a</sup>	0,269	0,252

Hasil uji  $R^2$  pada penelitian ini diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,269 yang berarti bahwa 26,9% variabel perpindahan merek dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, harga produk dan ketidakpuasan konsumen.

### 3.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 3**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	B	Std. Error	t hitung	Sign.
Konstanta	2,583	0,841	3,071	0,003
Kualitas Layanan ( $X_1$ )	0,230	0,085	2,719	0,007
Harga Produk ( $X_2$ )	0,237	0,078	3,042	0,003
Ketidakpuasan Konsumen ( $X_3$ )	0,157	0,058	2,709	0,008
R	0,519	F hitung		15,494
R Square	0,269	Probabilitas F		0,000
Adjusted R <sup>2</sup>	0,252			

Variabel dependen : Perpindahan Merek

Sumber: Ringkasan Data hasil olah SPSS, 2017

Persamaan regresi berganda berdasarkan hasil analisis regresi dapat diketahui sebagai berikut :

$$Y = 2,583 + 0,230X_1 + 0,237X_2 + 0,157X_3 + e$$

Persamaan regresi berganda tersebut dijelaskan sebagai berikut :

- 3.3.1 Variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Y) dengan nilai 0,230.
- 3.3.2 Variabel Harga Produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Y) dengan nilai 0,237.

3.3.3 Variabel Ketidakpuasan Konsumen ( $X_3$ ) memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Y) dengan nilai 0,157.

### 3.4 Uji t

Uji t merupakan suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas (kualitas layanan, harga produk, ketidakpuasan konsumen) secara parsial atau individual menerangkan variabel terikat (keputusan berpindah merek).

**Tabel 4**  
**Hasil Uji t**

Variabel Bebas	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Signifikansi
Kualitas Layanan	2,719	1,978	0,007
Harga Produk	3,042	1,978	0,003
Ketidakpuasan Konsumen	2,709	1,978	0,008

Hasil analisis uji t adalah sebagai berikut :

3.4.1 Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) adalah sebesar 2,719 dengan tingkat signifikansi 0,007. Karena  $2,719 > 1,978$  dan  $0,007 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Kesimpulan : variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindah merek kartu perdana seluler.

3.4.2 Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Harga Produk ( $X_2$ ) adalah sebesar 3,042 dengan tingkat signifikansi 0,003. Karena  $3,042 > 1,978$  dan  $0,003 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Kesimpulan : variabel harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek kartu perdana seluler.

3.4.3 Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel ketidakpuasan konsumen ( $X_3$ ) adalah sebesar 2,709 dengan tingkat signifikansi 0,008. Karena  $2,709 > 1,978$  dan  $0,008 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Kesimpulan : variabel ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek kartu perdana seluler.

#### 4. PENUTUP

Hasil pengujian yang sudah dilakukan tentang pengaruh kualitas layanan, harga produk dan ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan perpindahan merek kartu perdana seluler maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 4.1 Kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek kartu perdana seluler yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  2,719 dengan signifikansi 0,007 maka hipotesis diterima.
- 4.2 Harga produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek kartu perdana seluler yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  3,042 dengan signifikansi 0,003 maka hipotesis diterima.
- 4.3 Ketidakpuasan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek kartu perdana seluler yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  2,709 dengan signifikansi 0,008 maka hipotesis diterima.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dimiyati, M. (2015). Customer Satisfaction and Switching Cost Toward Trust in the Brand and Customer Retention of Simpati in Jember. *Journal of Arts*, 1516(2), 15–27.
- Martins, R. C., Hor-Meyll, L., and Ferreira, J. B., 2013. Factors affecting mobile users' switching intentions: A comparative study between the Brazilian and German markets. *Brazilian Administration Review*, 10(3), pp.239-262.
- Narayan, G., and Jain, P., 2011. Consumers' preferences for mobile service provider: An empirical study in Agra. *IUP Journal of Marketing Management*, 10(3), pp.42-55.
- Peter, J, Paul dan Olson, Jerry, C. 2002. *Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Empat. Alih Bahasa. Damos Sihombing, Cetakan Pertama. Erlangga. Jakarta.
- Singla, S., and Bansal, S., 2010. A study on the factors affecting choice criteria of consumers for mobile handsets A comparative analysis in Ludhiana and

Sangrur districts. *Asian Journal of Management and Research*, 2(1), pp.443-456.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.