



**PENGARUH KETIDAKPUASAN DAN KEBUTUHAN  
MENCARI VARIASI TERHADAP PERPINDAHAN MEREK**

**(Studi pada Pelanggan IM3 Ooredoo di FISIP Undip)**

**Skripsi**

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Administrasi Bisnis Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Hartika Intan Wulandari**

**NIM : 14020216120021**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2020**

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hartika Intan Wulandari  
NIM : 14020216120021  
Departemen : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**Pengaruh Ketidakpuasan dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap  
Perpindahan Merek  
(Studi pada Pelanggan IM3 Ooredoo di FISIP Undip)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Agustus 2020

Pembuat Pernyataan,

Hartika Intan Wulandari

NIM 14020216120021

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Ketidakpuasan dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek (Studi pada Pelanggan IM3 Ooredoo di FISIP Undip)

Nama Penyusun : Hartika Intan Wulandari

NIM : 1402016120021

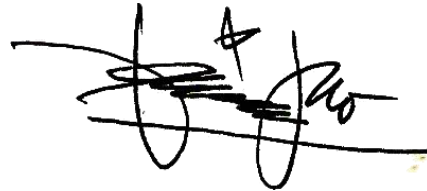

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Semarang, Agustus 2020

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Hardi Warsono, M.T.P.  
NIP. 19640827.199001.1.001

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin  
NIP. 19690822.199403.1.003

### Dosen Pembimbing

1. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.A.B

(  )

### Dosen Penguji

1. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S

(  )

2. Prof. Dr. Naili Farida, M.Si

(  )

3. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.A.B

(  )

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“If you can still remember your dream, it wasn't a dream. It was a message.”*

*-Unknown Author-*

*“Never stop doing your best just because someone doesn't give you credit”*

*-Anonymous-*

*“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”* (HR.

Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni.

Puji syukur kehadiran Allah Swt. skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibu saya yang selalu memberikan semangat, doa-doa yang tidak pernah putus, kasih sayang, serta segalanya hingga saya berada di titik ini. Semoga ini sebagai awal untuk membanggakan bapak ibu.
2. Adik saya yang tidak pernah memberikan semangat, saya tetap ucapkan terima kasih.
3. Diri saya sendiri, Hartika Intan Wulandari sudah mau berjuang hingga sekarang ini semoga semangat belajar tidak pernah putus.
4. Saudara-saudara saya yang selalu mengirim makanan sebagai salah satu bentuk dukungan yang diberikan.
5. Teman-temanku semasa perkuliahan Ain, Reva, Sargib, Khunaiifa, Adel dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya. Saya ucapkan banyak-banyak terima kasih. Semoga kebaikan kalian dibalas dengan kebaikan juga.

6. Teman-teman yang sedari SMA menemaniku. Sri, Sessy, Sekar yang sudah menjadi sobi bertumbuh dan berkembangku. 6 tahun cepet banget ya. Semoga selalu diberikan yang terbaik.
7. Teman-teman Administrasi Bisnis 2016 yang berbudi pekerti luhur saya ucapkan banyak terima kasih karna sudah menerima saya dengan baik.
8. Pak Widi, dosen pembimbing saya yang selalu siap sedia menjawab pertanyaan dan kegundah gulanaan skripsi saya. Semoga selalu diberikan kesehatan.
9. Prof Naili, dosen wali saya yang telah memberikan arahan permata kuliah.
10. Seluruh teman-temanku yang telah menerimaku dengan sangat baik, maaf tidak bisa menyebutkannya satu persatu tapi terima kasih banyak kalian semua baik.

# **Pengaruh Ketidakpuasan dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek (Studi pada Pelanggan IM3 Ooredoo di FISIP Undip)**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara ketidakpuasan dan kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek. Populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan IM3 Ooredoo di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Diponegoro, sedangkan sampelnya adalah 100 pelanggan IM3 Ooredoo yang berpindah merek ke merek lain dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif terhadap perpindahan merek baik secara parsial maupun simultan, dimana ketidakpuasan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap perpindahan merek dibandingkan dengan kebutuhan mencari variasi. Koefisien korelasi variabel ketidakpuasan dan kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek memiliki hubungan signifikan.

Berdasarkan hasil tersebut maka disarankan supaya IM3 Ooredoo meningkatkan kualitas dari produk yang ditawarkan, kualitas pelayanan dalam menerima pengaduan pelanggan sehingga jika terdapat keluhan dari pelanggan akan teratasi dengan cepat, selain itu perlu memfokuskan terhadap kepuasan pelanggan lama maupun baru yang diharapkan bisa mempertahankan pelanggan lama dan menarik minat dari pengguna baru.

**Kata Kunci:** Ketidakpuasan, Kebutuhan Mencari Variasi, Perpindahan Merek.

# **The Effect of Dissatisfaction And Variety Seeking Towards Brand Switching**

## **(Study on IM3 Consumer's in FISIP Undip)**

This study aims to decide the effect of dissatisfaction and variety seeking on brand switching of IM3 Ooredoo's customers. The population used is all IM3 Ooredoo customers at the Faculty of Social and Political Sciences Diponegoro University, while the sample is 100 IM3 Ooredoo customers who switch brands to other brands using non probability sampling techniques.

The result of the study show that dissatisfaction and variety seeking affect brand switching both partially and simultaneously, and have a positive effect on brand switching, where dissatisfaction has a greater influence on brand switching compared to the need to find variation. The correlation coefficient of dissatisfaction variables and variety seeking on brand switching have a significant relationship.

Some recommendations added based on those result. It is recommended that IM3 Ooredoo should improve the quality of the products offered, the quality of service in receiving customer complaints so that if there are complaints from customer it resolved quickly, besides that it is necessary to focus on old and new customer satisfaction which expected to keep up with old and attractive customers and interest from new user.

Keywords: Dissatisfaction, Variety Seeking, Brand Switching.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Ketidakpuasan dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek (Studi pada Pelanggan IM3 Ooredoo di FISIP Undip)”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.A.B. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S. selaku dosen penguji.
5. Prof. Dr. Naili Farida, M.Si. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.



Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, Agustus 2020  
Penulis

Hartika Intan Wulandari  
NIM. 14020216120021

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	1
1.3    Tujuan Penelitian.....	10
1.4    Kegunaan Penelitian.....	11
1.5    Kerangka Teori.....	11
1.5.1    Ketidakpuasan .....	20
1.5.2    Kebutuhan Mencari Variasi .....	23
1.5.3    Perpindahan Merek .....	14
1.5.4    Penelitian Terdahulu .....	25
1.6    Hubungan antar Variabel Penelitian.....	27
1.6.1    Pengaruh Ketidakpuasan terhadap Perpindahan merek .....	27
1.6.2    Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan merek	28
1.6.3    Pengaruh Ketidakpuasan dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap	
Perpindahan merek .....	28
1.7    Hipotesis.....	29
1.8    Definisi Konseptual .....	30
1.8.1    Ketidakpuasan .....	30
1.8.2    Kebutuhan Mencari Variasi .....	30
1.8.3    Perpindahan Merek .....	31
1.9    Definisi Operasional.....	31
1.9.1    Ketidakpuasan .....	31
1.9.2    Kebutuhan Mencari Variasi .....	32
1.9.3    Perpindahan Merek .....	32
1.10    Metode Penelitian.....	35
1.10.1    Tipe Penelitian .....	35
1.10.2    Populasi dan Sampel Penelitian .....	35

1.10.3	Teknik Pengambilan Sampling .....	37
1.10.4	Jenis dan Sumber Data .....	37
1.10.5	Skala Pengukuran.....	38
1.10.6	Teknik Pengumpulan Data.....	40
1.10.7	Teknik Pengolahan Data .....	40
1.10.8	Instrumen Penelitian.....	41
1.10.9	Teknik Analisis Data.....	42
<b>BAB II.....</b>		<b>50</b>
<b>GAMBARAN UMUM PT. INDOSAT TBK. ....</b>		<b>50</b>
2.1	Profil dan Sejarah Indosat Ooredoo .....	50
2.2	Visi dan Misi Indosat Ooredoo .....	52
2.3	Strategi dan Nilai-nilai Indosat Ooredoo.....	53
2.4	Logo Indosat Ooredoo .....	54
2.5	Struktur Grup Perusahaan Komposisi Pemegang Saham dan Entitas Anak Perusahaan .....	55
2.6	Struktur Organisasi Indosat Ooredoo .....	57
2.7	Identitas Responden .....	61
2.7.1	Responden Berdasarkan Umur.....	61
2.7.2	Responden Berdasarkan Jurusan.....	62
2.7.3	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
2.7.4	Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran.....	63
2.7.5	Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Produk .....	64
2.7.6	Responden Berdasarkan Provider yang Digunakan.....	65
<b>BAB III .....</b>		<b>67</b>
<b>PENGARUH KETIDAKPUASAN DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI TERHADAP PERPINDAHAN MEREK .....</b>		<b>67</b>
3.1	Uji Validitas dan Reabilitas.....	67
3.1.1	Uji Validitas .....	68
3.1.2	Uji Reliabilitas .....	71
3.2	Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian .....	72
3.2.1	Persepsi Responden terhadap Ketidakpuasan .....	72
3.2.2	Persepsi Responden terhadap Kebutuhan Mencari Variasi .....	85
3.2.3	Persepsi Responden terhadap Perpindahan Merek .....	91

3.3	Uji Hipotesis.....	97
3.3.1	Analisis Pengaruh Ketidakpuasan terhadap Perpindahan Merek....	97
3.3.2	Analisis Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek .....	102
3.3.3	Analisis Pengaruh Ketidakpuasan dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek .....	107
3.4	Pembahasan .....	113
BAB IV .....		116
PENUTUP.....		116
4.1	Kesimpulan.....	116
4.2	Saran .....	117
DAFTAR PUSTAKA .....		120

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Prabayar dan Pasca Bayar .....	2
Tabel 1.2 Produk IM3 Ooredoo pada Top Brand .....	5
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 1.4 Tabel Matrix Penelitian.....	33
Tabel 1.5 Skala Likert .....	39
Tabel 1.6 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	44
Tabel 2.1 Responden Berdasarkan Umur.....	61
Tabel 2.2 Responden Berdasarkan Jurusan.....	62
Tabel 2.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 2.4 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	63
Tabel 2.5 Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Produk.....	64
Tabel 2.6 Responden Berdasarkan Pilihan Provider Pengganti.....	65
Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel Ketidakpuasan (X1).....	68
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Kebutuhan Mencari Variasi (X2).....	69
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Perpindahan Merek (Y).....	69
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel.....	71
Tabel 3.5 Persepsi mengenai Jangkauan Sinyal.....	72
Tabel 3.6 Persepsi mengenai Jaringan yang Gangguan.....	73
Tabel 3.7 Persepsi mengenai Ragam Layanan.....	74
Tabel 3.8 Persepsi mengenai Pelayanan IM3 Ooredoo.....	75
Tabel 3.9 Persepsi mengenai Harga yang Ditawarkan.....	77
Tabel 3.10 Persepsi mengenai Fitur dan Layanan IM3 Ooredoo.....	78

Tabel 3.11 Persepsi mengenai Kesesuaian dengan Kebutuhan.....	79
Tabel 3.12 Persepsi mengenai Layanan yang Tidak Tersedia Lagi.....	80
Tabel 3.13 Rekapitulasi Penilaian Responden mengenai Ketidakpuasan.....	82
Tabel 3.14 Persepsi mengenai Keingintahuan terhadap Produk Lain.....	84
Tabel 3.15 Persepsi mengenai Keinginan Mencoba Provider Lain.....	86
Tabel 3.16 Persepsi mengenai Ketertarikan terhadap Provider Lain.....	87
Tabel 3.17 Persepsi mengenai Rasa Bosan terhadap IM3 Ooredoo.....	88
Tabel 3.18 Rekapitulasi Penilaian Responden mengenai Kebutuhan Mencari Variasi.....	89
Tabel 3.19 Persepsi mengenai Komitmen Pelanggan.....	91
Tabel 3.20 Persepsi mengenai Perpindahan Merek Wajar Dilakukan.....	92
Tabel 3.21 Persepsi mengenai Rekomendasi Menggunakan Provider Lain.....	94
Tabel 3.22 Rekapitulasi Penilaian Responden mengenai Perpindahan Merek.....	95
Tabel 3.23 Hasil Uji Korelasi Ketidakpuasan terhadap Perpindahan Merek.....	96
Tabel 3.24 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Koefisien Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek.....	97
Tabel 3.25 Hasil Uji Korelasi Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek.....	101
Tabel 3.26 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Koefisien Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek.....	102
Tabel 3.27 Koefisien Korelasi Ketidakpuasan dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek.....	106
Tabel 3.28 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Ketidakpuasan dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek.....	107
Tabel 3.29 Uji F Pengaruh Ketidakpuasan dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek.....	109

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Smartphone di Dunia.....	2
Gambar 1.2 Model Hipotesis Penelitian.....	30
Gambar 2.1 Logo Indosat Ooredoo.....	55
Gambar 2.2 Struktur Grup Perusahaan Komposisi Pemegang saham dan Entitas Anak Perusahaan.....	56
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Indosat Ooredoo.....	57
Gambar 2.4 Unlimited Packet IM3 Ooredoo.....	59
Gambar 2.5 Freedom Internet IM3 Ooredoo.....	60
Gambar 3.1 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek.....	101
Gambar 3.2 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek.....	106
Gambar 3.3 Pengujian Hipotesis dengan F-Test Variabel Ketidakpuasan dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek.....	112