

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI DAN ATRIBUT  
PRODUK TERHADAP PERPINDAHAN MEREK  
DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS MEREK PENGGUNA  
APLIKASI PESAN INSTAN WHATSAPP**

**(Studi Kasus Pada Pengguna WhatsApp Pada Mahasiswa  
di Daerah Jakarta Barat )**

**SKRIPSI**



**Program Studi Manajemen S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2016**

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI DAN ATRIBUT  
PRODUK TERHADAP PERPINDAHAN MEREK  
DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS MEREK PENGGUNA  
APLIKASI PESAN INSTAN WHATSAPP**

**(Studi Kasus Pada Pengguna WhatsApp Pada Mahasiswa  
di Daerah Jakarta Barat )**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**U N I V E R S I T A S  
MERCU BUANA**

**Nama : Ismayani Nurbaeti**

**NIM : 43112010120**

**Program Studi Manajemen S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ismayani Nurbaeti

NIM : 43112010120

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Januari 2016



**Ismayani Nurbaeti**

NIM: 43112010120

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Ismayani Nurbaeti  
NIM : 43112010120  
Program Studi : Manajemen S-1  
Judul Skripsi : Pengaruh Kelompok Referensi dan Atribut Produk Terhadap Perpindahan Merek dan pengaruhnya pada Loyalitas Merek Pengguna Aplikasi Pesan Instan WhatsApp  
Tanggal Lulus Ujian : 11 Februari 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji



Dra. Yuli Harwani, MM

Erna S. Imaningsih, SE., M.Si

Tanggal : 16 Februari 2016

Tanggal : 16 Februari 2016

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Dekan,

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.

Dr. Rina Astini., MM

Tanggal : 16/2 2016

Tanggal : 16/2 2016

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kelompok Referensi dan Atribut Produk Terhadap Perpindahan Merek dan Dampaknya Pada Loyalitas Merek Pengguna Aplikasi Pesan Instan WhatsApp (Studi Kasus Pada Pengguna WhatsApp Pada Mahasiswa Di Daerah Jakarta Barat)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dra. Yuli Harwani, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Kedua orang tua tercinta serta keluarga yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih banyak Mama dan Bapak.

2. Dr.Ir Arissetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Untuk sahabat “AIOA” (Eva, Indah, Nabila, Intan) yang selama ini selalu berbagi suka dan duka. Semoga impian kita semua dapat tercapai.
7. Untuk teman-teman kosan (Nunu & Rhaya) yang selama ini mau membantu dan berbagi tempat dalam masa-masa perkuliahan .
8. Nur Endah Retno Wuryandari, S.Sos, MM selaku pembimbing Manajemen Club yang selalu memberikan motivasi dan dukungan untuk terus semangat.
9. Teman-teman Manajemen Club (Lita, Marle, Reo, Ridwan, Reza, dll) yang selalu memberi energi, dorongan dan dukungan serta berbagi inspirasi dalam segala hal.
10. Teman-teman satu bimbingan yang saling memberi masukan satu sama lain untuk lebih baik lagi dalam pengerjaan skripsi ini.
11. Suhu Zaza, teman berbagi inspirasi, masukan dan nasehat dalam pengerjaan skripsi ini.
12. My fellows, Lela, Angun, Waode, Nure, dll yang selalu bisa memberikan semangat maupun energi positif di berbagai hal. Semoga persahabatan kita dapat terus terjalin dengan baik.

13. Dae Crew, kawanan yang selalu dapat berbagi hal-hal absurd sekaligus energi positif selama ini.
14. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB-UMB angkatan 2012 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga impian kita terwujud, Amin.
15. Para responden serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktunya demi kelancaran penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih kurang sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Januari 2016

Ismayani Nurbaeti

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	12
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	13
1. Tujuan Penelitian .....	13
2. Kontribusi Penelitian .....	13

### BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMINIRAN DAN

#### HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka .....	15
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2. Perilaku Konsumen .....	16
3. Kelompok Referensi.....	18
a. Definisi Kelompok Referensi .....	18
b. Jenis Kelompok Referensi.....	19
c. Dimensi Kelompok Referensi .....	21
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi.....	21
4. Produk .....	22
a. Definisi Produk .....	22
b. Keputusan Produk dan jasa .....	23
5. Atribut Produk.....	26
a. Definisi Atribut Produk.....	26
b. Dimensi Atribut Produk .....	27
6. Merek .....	28
a. Definisi Merek.....	28
b. Nilai Yang Terdapat Pada Merek.....	30
c. Ekuitas Merek .....	30
7. Loyalitas Merek.....	31
a. Definisi Loyalitas Merek.....	31



b. Dimensi Loyalitas Merek .....	32
c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek .....	34
8. Perpindahan Merek .....	37
a. Definisi Perpindahan Merek .....	37
b. Dimensi Perpindahan Merek .....	38
c. Karakteristik perpindahan Merk .....	39
d. Faktor Pertimbangan Konsumen .....	40
e. Faktor Yang Mempengaruhi Perpindahan Merek .....	41
9. Penelitian terdahulu .....	42
10. Hubungan Antara Variabel .....	45
B. Reragka Konseptual .....	49
C. Hipotesis .....	50

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan tempat penelitian .....	51
1. Waktu penelitian .....	51
2. Tempat penelitian .....	51
B. Desain penelitian .....	52
C. Definisi dan operasionalisasi variabel .....	53
D. Skala Pengukuran .....	57
E. Populasi dan sampel penelitian .....	58
1. Populasi Penelitian .....	58
2. Sampel Penelitian .....	58
F. Teknik pengumpulan data .....	59
G. Jenis Data .....	60
H. Metode Analisis Data .....	60
1. Uji Validitas .....	61
2. Uji Reabilitas .....	62
3. Metode Statistik .....	63
4. Tahap-tahap dalam model SEM .....	64

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Perusahaan .....	72
B. Statistik Deskriptif .....	73
1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	73
a. Jenis kelamin Responden .....	73
b. Asal Universitas Responden .....	74
c. Usia Responden .....	75
d. Angkatan Responden .....	76
2. Analisis Responden Berdasarkan Kategori Variabel .....	76
a. Variabel Kelompok Referensi .....	77
b. Variabel Atribut Produk .....	77

c. Variabel Perpindahan Merek .....	78
d. Variabel Loyalitas Merek .....	79
C. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen .....	80
1. Hasil Validitas Data .....	81
2. Hasil Reabilitas Data .....	83
D. Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	84
1. Uji Kecocokan Masing-masing Variabel Penelitian .....	84
2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran .....	89
3. Uji Model Struktural .....	92
E. Pengujian Hipotesis .....	94
F. Pembahasan hasil Penelitian .....	97

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	103
B. Saran .....	104
1. Bagi Perusahaan .....	104
2. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	106
DAFTAR PUSTAKA .....	107
LAMPIRAN .....	110



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

NO.	Keterangan	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu .....	43
3.1	Definisi Operasional Variabel Kelompok Referensi.....	55
3.2	Definisi Operasional Variabel Atribut Produk .....	55
3.3	Definisi Operasional Variabel Perpindahan Merek .....	56
3.4	Definisi Operasional Variabel Loyalitas Merek .....	56
3.5	Instrumen Skala Likert .....	57
3.6	<i>Goodness of Fit Index</i> .....	67
4.1	Jenis Kelamin Responden .....	74
4.2	Asal Universitas Responden .....	74
4.3	Usia Responden .....	75
4.4	Angkatan Responden .....	76
4.5	Indikator Kelompok Referensi .....	77
4.6	Indikator Atribut Produk .....	78
4.7	Indikator Perpindahan Merek .....	79
4.8	Indikator Loyalitas Merek .....	80
4.9	Uji Validitas Kelompok Referensi .....	80
4.10	Uji Validitas Atribut Produk .....	81
4.11	Uji Validitas Perpindahan Merek .....	82
4.12	Uji Validitas Loyalitas Merek .....	82
4.13	Hasil Uji Reabilitas CR Variabel Penelitian .....	83
4.14	Hasil Uji Reabilitas VE Variabel Penelitian .....	83
4.15	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	90
4.16	Modifikasi Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	92
4.17	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural .....	93
4.18	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian .....	95

MERCU BUANA

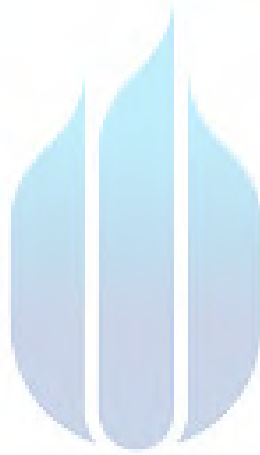
## DAFTAR GAMBAR

NO.	Keterangan	Halaman
1.1	Uji <i>Pre-test</i> I.....	3
1.2	Uji <i>Pre-test</i> II.....	4
1.3	Uji <i>Pre-test</i> III.....	6
1.4	Uji <i>Pre-test</i> IV.....	8
1.5	Uji <i>Pre-test</i> V.....	10
2.1	Proses pemasaran.....	15
2.2	Tingkat keputusan Produk dan Jasa.....	24
2.2	Rerangka Konseptual.....	49
4.1	Model Pengukuran Variabel Kelompok Referensi.....	84
4.2	Model Pengukuran Variabel Atribut Produk.....	85
4.3	Model Pengukuran Variabel Perpindahan Merek.....	87
4.4	Model Pengukuran Variabel Loyalitas Merek.....	88
4.5	Model Keseluruhan Pengukuran Variabel Penelitian.....	89
4.6	Hasil Modifikasi Model Pengukuran Variabel Penelitian.....	91
4.3	Model Struktural (T-Value).....	93



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 2	Uji <i>Pre-Test</i> .....	115
Lampiran 3	Hasil Uji <i>Pre-Test</i> .....	116
Lampiran 4	Hasil Kuesioner Penelitian .....	117
Lampiran 5	Uji Validitas Variabel penelitian .....	123
Lampiran 6	Hasil <i>Goodness Of Fit</i> Model Keseluruhan.....	125
Lampiran 7	Hasil <i>Goodness Of Fit</i> Setelah Dimodifikasi .....	128
Lampiran 8	Hasil <i>Goodness Of Fit</i> Model Struktural .....	130



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA