



**IKLAN DAN PROMOSI, TARIF LAYANAN MURAH,
FASILITAS BARU DAN JUMLAH OUTLET/GERAI
LAYANAN MEMPENGARUHI *BRAND SWITCHING*
PADA PENGGUNA SIM CARD GSM DI JAKARTA**

KARYA AKHIR

OLEH

**RUDY IRWANSYAH
55106120097**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2008**

ABSTRACT

The growth of the telecommunications industry has developed increasingly fast and caused the competition in the communication field to be increasingly tight. The communication system expanded inline with the humankind requirement. The strictness competition condition for this telecommunications industry has caused the phenomenon of the increase in the consumer's preference in choosing and buying a product or the service. In return, this had finally resulted in the occurrence of the brand switching process.

This research used the analysis method of the factors in the stage of the introductory research; it was continued with the analysis of regression after being obtained by new factors that were formed.

Factors that was suspected in influenced the behavior of the consumer in brand switching process especially to the user SIM Card GSM in Jakarta was the Advertisement and the promotion (X_1), the cheap service tariff (X_2), new facilities and the number outlet/the service counter (X_3). The research was shown that the three factors had the influence on the process brand switching. It Produced correlation coefiesien(r) of 0.776 which mean that there were strong positive relations between the whole variables of X and variable Y.

Cellular Providers must carry out the promotion activity actively, paid attention to selected kind of advertisements, as well as making an innovative promotion. It was needed to make cheap pricing policy in each innovation of the price variable that was offered, such as the imposition of the tariff, the price of the product and the pulse bonus. Increased the number of product supplies, widened the distribution channel, and increased the network of the service counter, carried out the attribute innovation of the product. The increase in the product innovation also must be carried out, because this was proven to be effective affected the consumer in brand switching process.

The key word: *Brand Switching, SIM Card GSM, Analysis of Factors and Regression.*

PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : Iklan dan Promosi, Tarif Layanan Murah, Fasilitas Baru dan Jumlah Outlet/Gerai Layanan Mempengaruhi *Brand Switching* pada Pengguna SIM Card GSM di Jakarta

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Rudy Irwansyah

NIM : 55106120097

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2008

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dr. Ir. Har Adi Basri, M.Ec.

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Dr. Mustika S. Purwanegara, Ir., MSc.

Rina Astini, SE, ME

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam karya akhir ini:

Judul : Iklan dan Promosi, Tarif Layanan Murah, Fasilitas Baru dan Jumlah Outlet/Gerai Layanan Mempengaruhi *Brand Switching* pada Pengguna SIM Card GSM di Jakarta
Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis
Nama : Rudy Irwansyah
NIM : 55106120097
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : Agustus 2008

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2008



Rudy Irwansyah

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sebagai penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Iklan dan Promosi, Tarif Layanan Murah, Fasilitas Baru dan Jumlah Outlet/Gerai Layanan Mempengaruhi *Brand Switching* pada Pengguna SIM Card di Jakarta”.

Tesis ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) pada Program Pascasarjana, Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercubuana (UMB) Jakarta.

Terselesainya penelitian ini tak lepas dari keterlibatan berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berperan serta dalam proses penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu harapan adanya kritik dan masukan yang konstruktif sangat diharapkan dari pembaca, demi kesempurnaan penelitian berikutnya.

Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi kalangan akademisi (civitas akademi) maupun untuk praktisi. Demikian, terima kasih.

Jakarta, Agustus 2008

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis, memberikan kesempatan kepada penulis sebagai penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul: “Iklan dan Promosi, Tarif Layanan Murah, Fasilitas Baru dan Jumlah Outlet/Gerai Layanan Mempengaruhi *Brand Switching* pada Pengguna SIM Card GSM di Jakarta “.

Penulis menyadari banyak pihak yang telah membantu selama penulis melakukan penelitian ini. Untuk itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Mustika S. Purwanegara, Ir., MSc, selaku dosen pembimbing utama, yang telah meluangkan waktu dalam tingginya aktivitas yang dimiliki, atas kesabaran dan buah pikiran yang diberikan kepada penulis, hingga penulis bisa menyelesaikan tesis ini dengan baik.
2. Ibu Rina Astini, SE, ME., selaku dosen pembimbing II, yang telah banyak memberikan masukan dan pemikiran kepada penulis, hingga penulis bisa dengan lebih mengerti dan mudah dalam melakukan penelitian ini.
3. Bapak Prof. Dr. Noor Fuad, SE., selaku dosen penguji pada sidang tesis, yang telah memberikan masukan dan kritik membangun kepada penulis.
4. Bapak Dana Santoso, Ir., M.EngSc., PhD., selaku ketua sidang, yang telah meluangkan waktunya saat penulis melakukan sidang tesis.
5. Kedua orang tua yang selalu menjadi motivator, pemberi nasehat, sekaligus pemberi inspirasi dan atas segala do'a yang tak pernah putus, sehingga penulis bisa menyelesaikan studi hingga jenjang S2.
6. Saudara-saudara ku tercinta (B' Hery, K' Waty, K' Leny, D' Ewin) terima kasih atas dukungan dan do'anya, dan semoga kita semua dapat sukses dalam cinta, citra dan cita (karir), demi membesarkan nama keluarga.

7. Bapak M. Sholeh Ibrahim beserta keluarga (D' Teza, D' Yessy, D' Ferry, Indra, Rita, Ilham dan bibi Toh) terima kasih atas segala doa, perhatian dan keeratn hubungan kekeluargaan yang telah terbina, semoga jalinan ini tidak akan pernah terputus untuk selamanya.
8. Keluarga Bapak H. Soniin A., beserta keluarga (Rahma, Y' Yut, K'Adi, K' Mul dan K' Fani) terima kasih atas semua jalinan kekeluargaan yang terbina dengan baik.
9. Temen-temen seperjuangan pada Program Pascasarjana, khususnya pada Magister Manajemen, Universitas Mercu Buana, Angkatan IX tahun 2007, kelas Minggu, Kampus Menteng. Terima kasih atas kebersamaan dan kerjasama yang telah terjalin. Semoga ilmu yang didapatkan bisa bermanfaat, serta dapat mendukung kesuksesan karir.
10. Temen-temen kuliah (ipoel, yudi dan selvy) dan rekan kerja yang telah banyak membantu dalam penyelesaian tesis ini.

Jakarta, Agustus 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	6
1.2.1 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulisan	9
1.3.1 Tujuan Penulisan	9
1.4 Manfaat Penulisan.....	10
 BAB II DESKRIPSI OBJEK PEMBAHASAN	
2. 1 Gambaran Umum	11
2.1.1 Sejarah Teknologi <i>Mobile</i>	11
2.1.2 Kondisi Pasar Telekomunikasi Seluler Indonesia	13
 BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
3.1 Kajian Pustaka	18
3.1.1 Merek	18
3.1.2 Kriteria Merek yang Baik	22
3.1.3 Manfaat Merek	22
3.1.4 Ekuitas Merek	23
3.1.5 Kategori Ekuitas Merek	24
3.1.6 <i>Brand Switching</i>	29
3.1.7 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i>	31
3.1.8 Proses Keputusan Membeli	32
3.1.9 GSM	34
3.1.10 <i>SIM Card</i>	34
3.2 Kerangka Pemikiran Hubungan X dan Y	35
3.3 Hipotesis	40
3.4 Kerangka Pemikiran	41

3.5 Kerangka Penelitian	44
-------------------------------	----

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penelitian	45
4.1.1. Jenis Data	45
4.2 Metode Pengumpulan Data	46
4.2.1 Penelitian Pustaka	46
4.2.2 Penelitian Lapang	46
4.2.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	47
4.3 Definisi Operasional Variabel	48
4.3.1 Peralihan Merek (<i>brand switching</i>)	48
4.3.2 Iklan dan Promosi	48
4.3.3 Tarif Layanan	49
4.3.4 Fasilitas Baru dan Jumlah Outlet/Gerai Layanan	49
4.4 Teknik Analisa Data	50
4.4.1 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	50
4.4.1.1. Uji Validitas	50
4.4.1.2. Uji Reliabilitas	51
4.4.2 Analisa Kualitatif	51
4.4.3 Analisa Kuantitatif	52
4.4.3.1 Analisa Regresi	52
4.4.3.2 Uji Hipotesis	52
4.5 Variabel Operasional	54

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Subjek Penelitian	56
5.2 Karakteristik Responden	56
5.2.1 Jenis Kelamin Responden	57
5.2.2 Tingkat Umur	57
5.2.3 Tingkat Pengeluaran	58
5.3 Cara Pertama Kali Mengenal SIM Card	59
5.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	60
5.4.1 Uji Validitas Daftar Pertanyaan	60
5.4.2 Reliabilitas Daftar Pertanyaan	61

5.5 Statistik Deskriptif.....	62
5.5.1 Statistik Deskriptif Hubungan Antara Variabel Iklan dan Promosi terhadap <i>Brand Switching</i>	63
5.5.2. Statistik Deskriptif Hubungan Antara Variabel Tarif Layanan Murah terhadap <i>Brand Switching</i>	69
5.5.3. Statistik Deskriptif Hubungan Antara Variabel Fasilitas Baru dan Jumlah Outlet/Gerai Layanan terhadap <i>Brand Switching</i>	75
5.5.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Switching</i>	80
5.6 Analisa Kuantitatif	84
5.6.1 Analisa Korelasi	84
5.6.2 Analisa Regresi Berganda	86
5.6.3 Uji Statistik Regresi Linier Berganda dengan Uji F Test	86
5.6.4 Uji Statistik Regresi Linier Berganda dengan Uji T Test	88
5.7 Pembahasan	92
5.7.1 Pengaruh Iklan dan Promosi terhadap <i>Brand Switching</i>	92
5.7.2 Pengaruh Tarif Layanan Murah terhadap <i>Brand Switching</i>	94
5.7.3 Pengaruh Fasilitas Baru dan Jumlah Outlet/Gerai Layanan terhadap <i>Brand Switching</i>	95
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	97
6.2 Saran.....	98
 DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

	<i>Halaman</i>
Tabel 1.1 Perbandingan Tarif Kartu Simpati, Mentari, XL	4
Tabel 1.2 Perbandingan Fitur dan Layanan Kartu Simpati, Mentari, XL	5
Tabel 2.1 Peta Persaingan Antar Operator Kartu Telepon Seluler di Indonesia	17
Tabel 3.1 Tipe-tipe Perilaku Konsumen	38
Tabel 3.2 Variabel Operasional	54
Tabel 5.1 Item-Total Statistik	60
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas <i>Alpha Croanbach</i>	62
Tabel 5.4 Statistik Deskriptif Variabel X1	63
Tabel 5.5 Statistik Deskriptif Variabel X2	69
Tabel 5.6 Statistik Deskriptif Variabel X3	75
Tabel 5.7 Statistik Deskriptif Variabel Y	80
Tabel 5.8 <i>Corelation</i>	95
Tabel 5.9 <i>Model Summary</i>	96
Tabel 5.10 <i>Anova</i>	98
Tabel 5.11 <i>Coeficient</i>	90

DAFTAR GAMBAR

	<i>Halaman</i>
Gambar 3.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	32
Gambar 3.2 Tata hubungan Antar Variabel yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i>	35
Gambar 3.3 Kerangka Penelitian Hubungan Variabel X dan Y.....	35
Gambar 3.4 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 3.5 Kerangka Penelitian	44
Gambar 5.1 Grafik Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Gambar 5.2 Grafik Berdasarkan Umur	57
Gambar 5.3 Grafik Berdasarkan Pengeluaran	58
Gambar 5.4 Grafik Pertama Kali Responden Mengenal <i>SIM Card</i> yang Digunakan	59
Gambar 5.5 Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada Variabel Pemberian Harga/tarif telepon Per Detik	64
Gambar 5.6. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada variabel Frekuensi pemberian Bonus Pulsa	65
Gambar 5.7. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada Variabel Daya Tarik Iklan	66
Gambar 5.8. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada variabel Provider SIM Sering Memberikan Hadiah & Bonus	67
Gambar 5.9. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada variabel Faktor Kemudahan <i>Card</i> dalam Mendapatkan <i>SIM Card</i>	68
Gambar 5.10. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada Variabel Kemurahan Tarif Layanan Murah	70
Gambar 5.11. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada Variabel Kemurahan Tarif Layanan	71
Gambar 5.12. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada Variabel Tarif SMS..	72
Gambar 5.13. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada Variabel Provider <i>SIM Card</i> Sering Melakukan Promosi	73
Gambar 5.14. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada Variabel Kemurahan Tarif MMS	76
Gambar 5.15. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada Variabel Kemurahan Tarif 3G	77
Gambar 5.16. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada Variabel Kemudahan Menemukan Gerai/Outlet yang Menjual Isi Ulang	78

Gambar 5.17. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada Variabel Kemudahan Menemukan <i>Service Center</i>	79
Gambar 5.18. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada Variabel Menceritakan Kelebihan dan Kebaikan <i>SIM Card</i> Kepada Orang Lain.....	81
Gambar 5.19. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada Variabel Merekomendasikan <i>SIM Card</i> Kepada Orang Lain	82
Gambar 5.20. Grafik Frekuensi Pernyataan Responden pada Variabel Akan Beralih ke Provider yang Lain yang Lebih Baik	83

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

No Kuisisioner : _____

I. INTRODUCTION

Responden yang terhormat,

Bapak/Ibu/Saudara/i merupakan salah satu responden yang terpilih untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyelesaian tugas akhir (Tesis) sebagai salah satu syarat untuk kelulusan di Universitas Mercu Buana (UMB). Judul penelitian ini adalah “ Iklan dan Promosi, Tarif Layanan Murah, Fasilitas Baru dan Jumlah Outlet/Gerai Layanan Mempengaruhi *Brand Switching* pada Pengguna SIM Card GSM di Jakarta”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa sikap dan faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi konsumen, dalam melakukan perpindahan merek (*Brand Switching*), khususnya dalam pemilihan produk SIM Card GSM.

Untuk itu, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuisisioner ini secara jujur, karena setiap jawaban yang Anda berikan merupakan masukan yang sangat berharga bagi penelitian ini. Atas partisipasinya saya mengucapkan terimakasih.



RUDY IRWANSYAH / 55106120097
UNIVERSITAS MERCU BUANA
MAGISTER MANAJEMEN
AGUSTUS 2008

II. SCREENING

Berilah tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang paling sesuai menurut Anda!

1. Apakah Anda menggunakan SIM Card GSM?
 - a. Ya
 - b. Tidak (*Jika tidak, stop disini*)
2. Apakah Anda sudah pernah mengganti SIM Card Anda?
 - a. Sudah
 - b. Belum (*Jika tidak/belum, stop disini*)
3. Jenis kelamin Anda?
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
4. Berapa umur Anda saat ini?
 - a. < 12 tahun
 - b. 12 tahun - 15 tahun
 - c. 16 tahun-20 tahun
 - d. 21 tahun – 30 tahun
 - e. 31 tahun - 55 tahun
 - f. > 55 tahun
5. Berapa pengeluaran Anda dalam satu bulan? (*pengeluaran total/semua kebutuhan hidup satu bulan*)
 - a. < Rp. 300.000
 - b. > Rp. 300.000 - 600.000
 - c. > Rp. 600.000 – 900.000
 - d. > Rp. 900.000 - 1.200.000
 - e. > Rp. 1.200.000 – 1.500.000
 - f. > Rp. 1.500.000
6. Pertama kali Anda mengenal provider SIM Card dari mana?
 1. Radio
 2. Televisi (TV)
 3. Surat Kabar / Media Cetak
 4. Poster / Brosur / Leaflet
 5. Billboard / Baliho (*Iklan Outdoor*)
 6. Internet

7. Referensi / Rujukan (dapat saran dari keluarga, saudara atau teman)

III. MAIN QUESTION

Berikan persetujuan atas pertanyaan-pertanyaan yang ada, dengan memberikan tanda silang (X) pada angka yang sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu/Saudara.

Angka 1 berarti Bapak/Ibu/Saudara **Sangat Tidak Setuju**, sedangkan **Angka 5** berarti **Sangat Setuju**.

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**

A. IKLAN DAN PROMOSI (X₁)

1. Penerapan harga/tarif telpon per detik menjadi alasan dalam memilih SIM Card.
Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**
2. Frekuensi pemberian Bonus Pulsa/SMS menjadi alasan dalam memilih SIM Card.
Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**
3. Iklan/promosi yang menarik membuat Bapak/Ibu/Saudara tertarik untuk memilih SIM Card.
Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**
4. Provider SIM Card yang dipergunakan saat ini sering memberikan hadiah & bonus.
Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**
5. Faktor kemudahan mendapatkan SIM Card menjadi pertimbangan Anda saat memilih SIM Card.
Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**

B. TARIF LAYANAN MURAH (X₂)

1. SIM Card dipilih karena tarif layananny Murah.
Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**
2. Tarif menelpon/pulsa murah menjadi alasan dalam memilih SIM Card.
Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**
3. Tarif SMS murah menjadi alasan dalam memilih SIM Card.
Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**
4. Provider SIM Card yang dipergunakan saat ini sering melakukan promosi.
Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**

C. FASILITAS BARU dan JUMLAH OUTLET/GERAI LAYANAN (X₃)

1. Tarif MMS yang murah menjadi alasan dalam memilih SIM Card.
Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**
2. Tarif 3G yang murah menjadi alasan dalam memilih SIM Card.
Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**

3. Kemudahan menemukan gerai/toko/outlet yang menjual Voucher Pulsa (isi ulang) menjadi pertimbangan dalam memilih SIM Card.

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**

4. Kemudahan untuk menemukan lokasi gerai/pusat layanan (*service center*) dari provider menjadi alasan dalam memilih SIM Card.

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**

D. BRAND SWITCHING (Y)

1. Anda tidak akan menceritakan kelebihan dan kebaikan SIM Card GSM yang Anda gunakan kepada orang lain, agar menggunakan SIM Card yang sama dengan Anda.

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**

2. Anda tidak akan merekomendasikan SIM Card GSM yang Anda gunakan kepada orang lain

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**

3. Anda akan berpindah dan memilih menggunakan SIM Card GSM yang lebih baik

Sangat tidak setuju 1 2 3 4 5 **Sangat setuju**

→ Terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini

Lampiran 2. Uji Validitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	16

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Harga/tarif telp per detik	4.20	1.203	200
Frekuensi bonus pulsa	4.38	.932	200
Daya tarik iklan	4.29	1.049	200
Memberikan hadiah & bonus	3.23	1.489	200
Kemudahan memperoleh SIM Card	4.50	.709	200
Kemurahan tarif layanan	3.82	1.089	200
Kemurahan tarif telepon	4.24	1.038	200
Kemurahan tarif SMS	3.99	1.066	200
Promosi SIM Card	3.16	1.546	200
Kemurahan tarif MMS	4.00	1.073	200
Kemurahan tarif 3G	3.94	1.272	200
Kemudahan menemukan gerai isi ulang	4.48	.814	200
Kemudahan menemukan <i>service center</i>	4.10	1.165	200
Menceritakan kelebihan dan kebaikan SIM Card kepada orang lain	4.64	.659	200
Rekomendasi SIM Card kepada orang lain	4.38	.932	200
Beralih ke provider lain yang lebih baik	3.99	1.066	200

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga/tarif telp per detik	61.11	63.596	.146	.773
Frekuensi bonus pulsa	60.94	58.644	.584	.737
Daya tarik iklan	61.02	63.306	.206	.766
Memberikan hadiah & bonus	62.08	60.396	.226	.771
Kemudahan memperoleh <i>SIM Card</i>	60.81	61.994	.479	.749
Kemurahan tarif layanan	61.50	57.849	.531	.739
Kemurahan tarif telepon	61.07	63.895	.173	.768
Kemurahan tarif SMS	61.32	55.053	.737	.721
Promosi <i>SIM Card</i>	61.14	63.491	.202	.767
Kemurahan tarif MMS	61.32	54.991	.736	.721
Kemurahan tarif 3G	61.38	61.552	.234	.766
Kemudahan menemukan gerai isi ulang	60.84	62.601	.356	.755
Kemudahan menemukan <i>service center</i>	61.21	63.152	.180	.769
Menceritakan kelebihan dan kebaikan <i>SIM Card</i> kepada orang lain	60.68	62.743	.447	.752
Rekomendasi <i>SIM Card</i> kepada orang lain	60.94	58.644	.584	.737
Harga/tarif telp per detik	61.32	55.053	.737	.721

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
65.31	67.843	8.237	16

Lampiran 3. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	16

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Harga/tarif telp per detik	4.20	1.203	200
Frekuensi bonus pulsa	4.38	.932	200
Daya tarik iklan	4.29	1.049	200
Memberikan hadiah & bonus	3.23	1.489	200
Kemudahan memperoleh <i>SIM Card</i>	4.50	.709	200
Kemurahan tarif layanan	3.82	1.089	200
Kemurahan tarif telepon	4.24	1.038	200
Kemurahan tarif SMS	3.99	1.066	200
Promosi <i>SIM Card</i>	3.16	1.546	200
Kemurahan tarif MMS	4.00	1.073	200
Kemurahan tarif 3G	3.94	1.272	200
Kemudahan menemukan gerai isi ulang	4.48	.814	200
Kemudahan menemukan <i>service center</i>	4.10	1.165	200
Menceritakan kelebihan dan kebaikan <i>SIM Card</i> kepada orang lain	4.64	.659	200
Rekomendasi <i>SIM Card</i> kepada orang lain	4.38	.932	200
Harga/tarif telp per detik	3.99	1.066	200

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga/tarif telp per detik	61.11	63.596	.146	.773
Frekuensi bonus pulsa	60.94	58.644	.584	.737
Daya tarik iklan	61.02	63.306	.206	.766
Memberikan hadiah & bonus	62.08	60.396	.226	.771
Kemudahan memperoleh <i>SIM Card</i>	60.81	61.994	.479	.749
Kemurahan tarif layanan	61.50	57.849	.531	.739
Kemurahan tarif telepon	61.07	63.895	.173	.768
Kemurahan tarif SMS	61.32	55.053	.737	.721
Promosi <i>SIM Card</i>	62.14	65.491	-.002	.797
Kemurahan tarif MMS	61.32	54.991	.736	.721
Kemurahan tarif 3G	61.38	61.552	.234	.766
Kemudahan menemukan gerai isi ulang	60.84	62.601	.356	.755
Kemudahan menemukan <i>service center</i>	61.21	63.152	.180	.769
Menceritakan kelebihan dan kebaikan <i>SIM Card</i> kepada orang lain	60.68	62.743	.447	.752
Rekomendasi <i>SIM Card</i> kepada orang lain	60.94	58.644	.584	.737
Harga/tarif telp per detik	61.32	55.053	.737	.721

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
65.30	67.771	8.232	16

Lampiran 4. Correlations

Tabel 5.7. Correlations

Deskripsi		<i>Brand Switching</i> Total (Y)	Ikan / Promosi Total (X ₁)	Layanan Murah Total (X ₂)	Fasilitas Baru Total (X ₃)
Spearman's rho	<i>Brand Switching</i> Total (Y)	1.000	.299**	.238**	.378**
	Correlation Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.001	.000
	N	200	200	200	200
	Ikan / Promosi Total (X ₁)	.299**	1.000	.560**	.527**
	Correlation Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	200	200	200	200
	Layanan Murah Total (X ₂)	.238**	.560**	1.000	.410**
	Correlation Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.	.000
	N	200	200	200	200
Fasilitas Baru Total (X ₃)	.378**	.527**	.410**	1.000	
Correlation Coefficient					
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	
N	200	200	200	200	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).