

# **ANALISIS PERILAKU BRAND SWITCHING DALAM PEMILIHAN OPERATOR SELULER**

**Miranti Oktaviani S.,** Hadir Hudiyanto SE,MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2009

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci :

Abstraksi :

Dalam penulisan ilmiah ini yang berjudul "ANALISIS PERILAKU BRAND SWITCHING DALAM PEMILIHAN OPERATOR SELULER", penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan orang memilih suatu operator seluler dan hal-hal yang menyebabkan berpindahnya pelanggan memilih operator lainnya dalam hal ini pelanggan GSM berpindah menjadi pelanggan CDMA maupun sebaliknya, ataupun para konsumen memilih untuk memiliki lebih dari 1 operator seluler baik yang berbentuk GSM. Dengan menggunakan 6 ketertarikan konsumen yaitu : Jaringan , layanan, harga, promosi , trend dan fitur- fitur, dengan cara membagikan kuesioner kepada 100 responden / pengguna operator seluler baik GSM/ CDMA . Setelah diadakan penelitian terhadap pengguna GSM dengan menggunakan alat analisis didapatkan  $X^2_{hitung} (318,916) > X^2 (37,6525)$  tabel sehingga keputusan yang diambil adalah tolak  $H_0$  , dan terima  $H_a$  sehingga dapat disimpulkan bahwa para responden terpengaruh oleh faktor-faktor yang ada dalam pemilihan operator seluler. Sedangkan bagi pengguna CDMA didapatkan hasil yang sama yaitu  $X^2_{hitung} (617,585) > X^2 (37,6525)$  tabel sehingga keputusan yang diambil adalah tolak  $H_0$  , dan terima  $H_a$  sehingga dapat disimpulkan bahwa para responden terpengaruh oleh faktor-faktor yang ada dalam pemilihan operator seluler. Penulis dapat mengetahui dan mengurutkan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan konsumen terhadap kartu GSM yaitu faktor trend , Jaringan, Harga/tarif, fitur-fitur, promosi, layanan. Sedangkan bagi pengguna CDMA faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu Trend, Harga/tarif, promosi, layanan , jaringan, fitur-fitur