

PENGARUH SWITCHING BARRIER TERHADAP REPURCHASE INTENTION SMARTPHONE SAMSUNG BERBASIS ANDROID

¹Mardhiyah Dwi Ilhami ²Yulius Wahyu Setiadi

¹²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu
mardhiyahdwiilhami@gmail.com

ABSTRACT

This study is based on the importance of switching barrier on repurchase intention samsung android based smartphone. Switching barrier consists of switching costs, alternative attractiveness, and interpersonal relationships. This study aims to determine the effect of variable Switching Barrier (Switching Cost, Alternative Attractiveness, Interpersonal Relationship) partially or simultaneously to repurchase intention Samsung Smartphone based on Android In Faculty of Electrical Engineering Department of Engineering University of Bengkulu. Object of this study is the Faculty of Engineering Department of Electrical Engineering University of Bengkulu, which uses samsung android-based smartphones, with accidental sampling method sampling. The number of respondents in this study were 50 people. Methods of data collection using questionnaires.

Keywords: Switching Barrier, Repurchase Intention

PENDAHULUAN

Dalam era global sekarang ini, perusahaan tidak hanya menghadapi kenyataan informasi apa yang dapat pelanggan beritahukan pada perusahaan. Globalisasi merupakan era yang menjanjikan keterbukaan dan kebebasan, dimana komunikasi yang merupakan sarana untuk mendapatkan informasi diharapkan dapat dilaksanakan dengan mudah dan efektif. Maka perubahan-perubahan dalam bidang teknologi komunikasi terus berlanjut. Perkembangan telekomunikasi seluler (*handphone*) juga diikuti oleh adanya volume penjualan yang mengalami kenaikan.

Setiap perusahaan perlu memahami nilai konsumen (*costumer value*) untuk dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam mempertahankan pelanggan. *Costumer value* merupakan persepsi pelanggan terhadap konsekuensi yang diinginkan dari penggunaan sebuah produk. Dengan kata lain suatu produk dikatakan mampu memenuhi nilai yang diharapkan konsumen ketika biaya atau upaya untuk mendapatkan produk lebih kecil daripada hasil atau manfaat yang diperolehnya. Kegagalan meraih nilai pelanggan (*costumer value*) dapat menciptakan konsekuensi serius bagi perusahaan. Semakin sedikit harapan konsumen dipenuhi, semakin besar kemungkinan untuk terjadi perpindahan merek (*brand switching*) juga tinggi.

Brand switching dapat dikatakan sebagai tindakan yang dilakukan konsumen untuk mengganti merek produk yang digunakan saat ini dengan merek yang baru. Untuk memberi salah satu nilai pelanggan dan mengantisipasi agar pelanggan tidak berpindah ke produk sejenis yang lain, maka perusahaan perlu untuk membangun hambatan-hambatan yang mengikat pelanggan agar pelanggan tetap menggunakan produk dan jasa

mereka. Hambatan-hambatan inilah yang disebut *switching barrier*. Beberapa variabel dari *switching barrier* diantaranya adalah biaya perpindahan (*switching cost*) yang meliputi persepsi pelanggan mengenai waktu, uang dan usaha berhubungan dengan perpindahan merek produk tertentu, daya pikat dari alternatif (*alternative attractiveness*) yang ditinjau dari seberapa besar alternatif yang sehat di dalam pasar dan hubungan interpersonal (*interpersonal relationships*) yang kuat yang dibangun antara karyawan dari *supplier* dan pelanggan, maupun hubungan antar pelanggan dengan sesamanya. Variabel-variabel ini menjadi peramal yang lebih baik untuk menentukan apakah hubungan romantis akan berlanjut dibanding variabel stimulus yang positif.

Kebutuhan akan komunikasi yang fleksibel menuntut tiap individu untuk memiliki handphone. *Smartphone* menjadi produk yang paling digemari pada sepanjang tahun 2011. Samsung merupakan salah satu perusahaan *handphone* yang memproduksi *smartphone* berbasis android. Android adalah sebuah *Operating System* (OS) yang dikembangkan oleh Google untuk *mobile device* atau yang lebih kita kenal sebagai *smartphone*. Salah satu kelebihan dari android adalah ketersediaan aplikasi dari berbagai macam kategori: sosial, hiburan, permainan, dan sebagainya. Mawston (2011) mengatakan pertumbuhan Samsung yang mengesankan tersebut disebabkan oleh desain ponsel yang menarik, fitur yang canggih dan penggunaan sistem android serta jaringan distribusi yang luas secara global.

Dengan adanya Sistem Operasi android yang diluncurkan Samsung dan dapat digunakan pada semua merek. Maka banyak pecinta teknologi bahkan seluruh masyarakat ingin memiliki produk berbasis android ini, termasuk mahasiswa. Pada saat ini mahasiswa termasuk bagian terbesar dalam pemasaran alat telekomunikasi berbasis android terutama merek Samsung sebagai pencetus sistem operasi android.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Penelitian ini telah dilaksanakan di Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang beralamat di Jalan W.R Supratman Kota Bengkulu dan telah dilakukan selama satu bulan yaitu bulan Februari 2014. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro UNIB Yang Menggunakan Produk Smartphone Samsung Berbasis Android yang berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data dari seluruh mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu Jl. W.R Supratman Kota Bengkulu yang menggunakan *smartphone* Samsung berbasis Android. Mengingat keterbatasan waktu dan biaya maka peneliti mengambil sampel dengan jumlah sampel 50 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara merupakan suatu cara pengumpulan data dengan sebuah dialog langsung kepada informan atau pihak yang berkompeten dalam suatu permasalahan (Arikunto, 2002: 130).

b. Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan langsung terhadap hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013: 230). Teknik ini suatu pendekatan untuk mendapatkan data tertentu diluar jangkauan ingatan peneliti dari hasil wawancara. Kuesioner ini menggunakan scoring dengan Skala Likert sebagai berikut :

Tabel 3.1
Instrumen Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Uji Instrumen Penelitian

Pelaksanaan uji instrumen bertujuan untuk mengetahui kualitas data yang diperoleh dalam penelitian. Uji coba instrumen dilakukan pada 50 responden pada bulan yang sejenis. Data yang diperoleh untuk menentukan validitas dan reabilitas instrumen yang akan digunakan pada proposal ini.

a. Uji Validitas

Untuk mengetahui valid tidaknya masing-masing item pertanyaan dalam instrumen dilakukan uji validitas dengan rumus *Karl Pearson Correlation Product*. Dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad (\text{Hasan, 2004: 61})$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi product moment

x = skor masing-masing item pertanyaan

y = total skor item-item pertanyaan

n = banyak data atau banyak responden

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu uji menunjukkan sejauh mana pengukuran ini dapat memberikan hasil relatif tidak beda bila dilakukan pengulangan pengukuran terhadap subjek yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Alpha* atau

Cronbach's Alpha, instrumen yang mempunyai reliabilitas apabila koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari nilai kritisnya.

$$rH = \frac{K}{(K-1)} \frac{\sum \alpha b^2}{1-\alpha_1^2} \quad (\text{Sugiyono, 2010 : 153})$$

Keterangan :

rH = Reliabilitas Instrument

k = Banyak butir pernyataan atau banyak soal

$\sum \alpha b^2$ = Jumlah Varian butir

α_1 = Jumlah Varian Total

Dasar pengambilan keputusan :

1. Koefisien Cronbach's Alpha kurang dari 0,6 maka mengindikasikan reliabilitas item-item pertanyaan yang buruk.

2. Koefisien Cronbach's Alpha dengan range 0,7 dapat diterima.

3. Koefisien Cronbach's Alpha yang lebih baik dari 0,8 adalah baik.

(Sugiyono, 2010: 154)

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif, yaitu metode yang melakukan pembahasan secara deskriptif dan memperkuat hasil analisis kuantitatif. Teknik analisis kuantitatif dengan pengolahan data yang menggunakan alat statistik program SPSS *for windows* versi 16 antara lain :

a. Regresi Linear Berganda

Dari data yang telah terkumpul kemudian dilakukan analisis, untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh variabel penelitian switching cost (biaya perpindahan), alternative attractiveness (Daya Pikat Alternatif), dan interpersonal relationship (Hubungan Interpersonal), terhadap repurchase intention (Niat Pembelian Ulang Kembali) smartphone Samsung berbasis android pada mahasiswa Fakultas Tehnik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu Jl. W.R Supratman Kota Bengkulu.

Rumus yang digunakan :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e \quad (\text{Sugiyono, 2004:211})$$

Keterangan :

Y = Repurchase Intention

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi variabel ke-1, ke-2 & ke-3

X_1 = Biaya Perpindahan

X_2 = Hubungan Interpersonal

X_3 = Daya Pikat Alternatif

e = Standar eror

b. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya persentase sumbangan variabel pengaruh switching cost (biaya perpindahan), alternative attractiveness (Daya Pikat Alternatif), dan interpersonal relationship (Hubungan

Interpersonal), terhadap variabel terpengaruh repurchase intention (Niat Pembelian Ulang Kembali).

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y}{Y_2} \quad (\text{Sugiyono, 2003:550})$$

c. Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dengan pengolahan data yang menggunakan alat statistik program SPSS for windows versi 16. Adapun rumus yang digunakan dalam menguji hipotesis Uji t penelitian ini adalah :

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{\frac{s}{\sqrt{n}}} \quad (\text{Sugiyono, 2003:143})$$

Keterangan : \bar{x} : nilai rata-rata
 μ_0 : nilai yang di hipotesiskan
 n : jumlah sampel
 s : simpangan baku sampel

Setelah dilakukan uji hipotesis uji t maka kriteria yang ditetapkan, yaitu dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t_{sig} yang diperoleh berdasarkan tingkat signifikansi (α) tertentu dan derajat kebebasan (df) = $n-k$.

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Jika angka sig $\leq \alpha = 0,05$, maka H_0 tidak ditolak
 - Jika angka sig $> \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak
- $\alpha = 0,05$

Apabila H_0 diterima, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen dan sebaliknya Apabila H_0 ditolak, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen.

d. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Mencari Uji statistik F dengan cara :

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)} \quad \text{Sugiyono (2013:297)}$$

Dimana :

R^2 = Koefisien Korelasi berganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Jika angka sig $\leq \alpha = 0,05$, maka H_0 tidak ditolak
 - Jika angka sig $> \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak
- $\alpha = 0,05$

F didasarkan pada derajat kebebasan sebagai berikut :

Derajat pembilang (df1) = k
 Derajat penyebut (df2) = n-k-1

Apabila Ho diterima, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen dan sebaliknya. Apabila Ho ditolak, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen.

HASIL PENELITIAN

Perhitungan Regresi Linier Berganda

Tabel 4.6
Model Estensial Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi
Konstanta	6.955
Switching Cost (X ₁), Alternative Attractiveness (X ₂) dan Interpersonal Relationship (X ₃)	.272 .245 1.247

Sumber : Data yang diolah

Dari perhitungan di atas dengan menggunakan program SPSS, maka daya persamaan adalah sebagai berikut :

$$Y = 6.955 + 0.272 X_1 + 0.245 X_2 + 1.247 X_3$$

Sedangkan untuk koefisien regresi untuk masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta sebesar 6.955 mempunyai arti bahwa apabila Switching Cost/Biaya Perpindahan (X₁), Alternative Attractiveness/Daya Pikat Alternatif (X₂) dan Interpersonal Relationship/Hubungan Interpersonal (X₃) sama dengan 0 maka Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android akan tetap sebesar 6.955 hal ini hanya berlaku saat dilakukan penelitian.
2. B₁ = 0.272
Hal ini berarti bahwa variabel Switching Cost/Biaya Perpindahan (X₁) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan dalam Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan smartphone Samsung berbasis Android, apabila tanggapan terhadap variabel biaya perpindahan naik sebesar satu satuan maka variabel Switching Cost/biaya perpindahan (X₁), sama dengan 0 maka Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan smartphone Samsung berbasis Android akan dapat meningkat sebesar 0.272 dengan menganggap variabel lain adalah tetap.
3. B₂ = 0.245
Hal ini berarti bahwa variabel Alternative Attractiveness/Daya Pikat Alternatif (X₂) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian ulang untuk menyatakan Repurchase Intention (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Bengkulu, apabila tanggapan terhadap variabel daya pikat alternatif naik sebesar satu satuan maka variabel Repurchase Intention (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan smartphone Samsung berbasis Android dapat meningkat sebesar 0.245 dengan menganggap variabel lain adalah tetap.
4. B₃ = 1.247

Hal ini berarti bahwa variabel Interpersonal Relationship (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian ulang untuk menyatakan Repurchase Intention (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Bengkulu, apabila tanggapan terhadap variabel Pengembangan produk naik sebesar satu satuan maka variabel Repurchase Intention (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Bengkulu yang menggunakan smartphone Samsung berbasis Android dapat meningkat sebesar 1.247 dengan menganggap variabel lain adalah tetap.

Analisis Koefisien Determinasi berganda

Tabel 4.7
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.902	.813	.801	.79708

Berdasarkan pengolahan data primer yang didapat dengan menggunakan program SPSS (*Special for Program Statistik Science*) didapat koefisien Korelasi (R) sebesar 0.902, ini menandakan bahwa hubungan antara Switching Cost/Biaya Perpindahan (X_1), Alternative Attractiveness/Daya Pikat Alternatif (X_2) dan Interpersonal Relationship/ Hubungan Interpersonal (X_3) terhadap Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y) adalah kuat atau positif. Koefisien Determinasi berganda (R Square) $R^2 = 0,813$, dimana nilai koefisien determinasi berganda tersebut mempunyai arti bahwa secara bersama-sama. Switching Cost/Biaya Perpindahan (X_1), Alternative Attractiveness/Daya Pikat Alternatif (X_2) dan Interpersonal Relationship/ Hubungan Interpersonal (X_3), Memberikan sumbangan dalam mempengaruhi Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y) pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android. Sedangkan 18,7% merupakan pengaruh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti.

Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Tabel 4.8
Coefficients

Model	Variable	Correlations		
		Zero-order	Partial	Part
1	Switching Cost (X_1),	.695	.250	.215
	Alternative Attractiveness (X_2)	.290	.169	.174
	Interpersonal Relationship (X_3)	.896	.710	.436

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan bahwa secara parsial variabel pengaruh Switching Cost/Biaya Perpindahan (X_1) memberikan sumbangan dalam mempengaruhi Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android sebesar 25%. Variabel pengaruh Alternative Attractiveness/Daya Pikat Alternatif (X_2) memberikan sumbangan dalam mempengaruhi Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android sebesar 16.9%. Dan variabel Interpersonal Relationship/Hubungan Interpersonal (X_3) memberikan sumbangan dalam mempengaruhi Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android sebesar 71%.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji F (F-Test).

Tabel 4.9
ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	127.274	2	42.425	66.775	.000 ^a
	Residual	29.226	46	.635		
	Total	156.500	49			

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, maka untuk menguji koefisien secara menyeluruh digunakan uji F dengan menggunakan *level of signifikan* 0,05 diperoleh F_{sig} sebesar 66.775 sedangkan nilai uji F_{sig} sebesar 0.317 dapat diartikan $F_{sig} > F_{sig}$ hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dengan demikian secara keseluruhan variabel pengaruh yaitu Switching Cost/Biaya Perpindahan (X_1), Alternative Attractiveness/Daya Pikat Alternatif (X_2) dan Interpersonal Relationship/Hubungan Interpersonal (X_3), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y) Pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android. Tingkat signifikan secara keseluruhan sebesar .000^a ini menandakan terdapat pengaruh yang sangat signifikan dari uji keseluruhan variabel yang diteliti.

Pengujian Hipotesis dengan Uji t (t-Test)

Tabel 4.10
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	6.955	1.084		6.415	.004
	Switching Cost (X_1),	.272	.081	0.63	2.337	.038
	Alternative Attractiveness (X_2)	.245	.210	.138	2.165	.025
	Interpersonal Relationship (X_3)	1.247	.182	.903	6.841	.000

Berdasarkan penulisan dan perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh nilai t_{sig} setiap variabel adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t_{sig} untuk variabel Switching Cost/Biaya Perpindahan (X_1) adalah 0.038 nilai hitung tersebut jika dibandingkan dengan t_{sig} tingkat keyakinan 95% sebesar 0.05 diperoleh hasil $0.038 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel Switching Cost/Biaya Perpindahan (X_1), mempunyai pengaruh positif terhadap Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android.
2. Berdasarkan hasil uji t_{sig} untuk variabel Alternative Attractiveness/Daya Pikat Alternatif (X_2) adalah 0.025 nilai hitung tersebut jika dibandingkan dengan t_{sig} tingkat keyakinan 95% sebesar 0.050 diperoleh hasil $0.025 < \alpha 0.050$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel Alternative

Attractiveness/Daya Pikat Alternatif (X_2), mempunyai pengaruh positif terhadap Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android.

3. Berdasarkan hasil uji t_{sig} untuk variabel Interpersonal Relationship/Hubungan Interpersonal (X_3) adalah 0.025 nilai hitung tersebut jika dibandingkan dengan t_{sig} tingkat keyakinan 95% sebesar 0.050 diperoleh hasil $0.025 < t_{sig} < \alpha 0.050$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel Interpersonal Relationship/Hubungan Interpersonal (X_3), mempunyai pengaruh signifikan terhadap Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android.

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Faktor Switching Cost/ Biaya Perpindahan (X_1), Alternative Attractiveness/Daya Pikat Alternatif (X_2) dan Interpersonal Relationship/Hubungan Interpersonal (X_3) terhadap Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android yaitu sebesar $R = 0,902$ atau 90.2% untuk uji keseluruhan variabel serta koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,813 dimana koefisien determinasi tersebut mempunyai arti bahwa secara bersamaan memberikan sumbangan yang signifikan terhadap Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android. Dari keseluruhan variabel yang paling dominan adalah Variabel yang paling mempengaruhi terhadap Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android, yaitu sebesar variabel Interpersonal Relationship/Hubungan Interpersonal (X_3) secara parsial berpengaruh sebesar 0.710 dari 50 responden ternyata mempunyai pengaruh yang sangat signifikan karena para mahasiswa menginginkan suatu perubahan dan sesuai dengan keinginan responden dalam memilih dalam melakukan Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android. Faktor variabel Switching Cost/Biaya Perpindahan (X_1), Alternative Attractiveness/Daya Pikat Alternatif (X_2) dan Interpersonal Relationship/Hubungan Interpersonal (X_3). Hal ini menandakan bahwa dari kedua faktor yang mempengaruhi Repurchase Intention/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y), pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android memiliki hubungan yang sangat signifikan.

Secara keseluruhan dari hasil penelitian yang dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android dapat ditingkatkan melalui Switching Cost/Biaya Perpindahan (X_1), Alternative Attractiveness/Daya Pikat Alternatif (X_2) dan Interpersonal Relationship/ Hubungan Interpersonal (X_3) sedangkan hubungan antara kedua variabel tersebut dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pengembangan Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan Smartphone Samsung Berbasis Android guna menjalankan aktifitas dan kegiatan guna membangun dan memajukan teknologi yang lebih baik dan sesuai dengan kegunaan fungsi dari teknologi yang digunakan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pengaruh pada variabel *Switching Cost*/Biaya Perpindahan (X_1), *Alternative Attractiveness*/Daya Pikat Alternatif (X_2) dan *Interpersonal Relationship*/Hubungan Interpersonal (X_3) terhadap *Repurchase Intention*/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y) pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan *Smartphone* Samsung Berbasis Android dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari persamaan regresi linier berganda dapat diketahui :
$$Y = 6.955 + 0.272 X_1 + 0.245 X_2 + 1.247 X_3 + e_i$$
Dan bahwa *Switching Cost*/Biaya Perpindahan (X_1), *Alternative Attractiveness*/Daya Pikat Alternatif (X_2) dan *Interpersonal Relationship*/ Hubungan Interpersonal (X_3) berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y) pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan *Smartphone* Samsung Berbasis Android.
2. Antara *Switching Cost*/Biaya Perpindahan (X_1), *Alternative Attractiveness*/Daya Pikat Alternatif (X_2) dan *Interpersonal Relationship*/ Hubungan Interpersonal (X_3) dalam meningkatkan pembelian ulang kembali memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dibuktikan dari analisis korelasi $R = 0.901$ (90%) dan hampir mendekati 1. Serta koefisien determinasi sebesar $R^2 = 0.813$ atau sekitar 81.3% sedangkan $100\% - 81,3 = 18.7\%$ adalah merupakan faktor atau variabel lain yang tidak diteliti.
3. Melalui uji hipotesis secara bersama-sama (*Simultan*) dan sendiri-sendiri (*parsial*) dalam penelitian dengan menggunakan uji F dan t didapat hasil t_{sig} dan $F_{sig} < \alpha$ ($0.000 < 0.050$). Berdasarkan uji hipotesis secara parsial maupun simultan bahwa variabel *Switching Cost*/Biaya Perpindahan (X_1), *Alternative Attractiveness*/Daya Pikat Alternatif (X_2) dan *Interpersonal Relationship*/Hubungan Interpersonal (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Repurchase Intention*/Niat Pembelian Ulang Kembali (Y) pada Mahasiswa Fakultas Teknik Prodi Teknik Elektro Universitas Bengkulu yang menggunakan *Smartphone* Samsung Berbasis Android.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Rineke Cipta.
- Balabanis George, et al. (2004). Bases of E-Store Loyalty Perceived Switching Barriers And Satisfaction, *Journal Of Business Research* 59 (2006) 214-224.
- Claes, Robert Julander Magnus Soderlund. (2003). 'Effect of Switching Barrier on Satisfaction, Repurchase Intentions and Attitudinal Loyalty', **SSE/EFI Working Paper 'Series in Business Administration No.2003:1**, STOCKHOLM SCHOOL OF ECONOMICS.
(<http://www.economicwebinstitute.org/essays/switchingbarriers.pdf>, diakses pada tanggal 19 November 2013)
- Cravens David W. (1996). *Pemasaran Strategis*. Jakarta : Erlangga
- Engel James F, dkk. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Jakarta: Binarupa Aksara
- Hartatik, Lie Othman (2010). Analisis Hambatan Berpindah (Switching Barrier) Kartu Prabayar simPati Telkomsel Studi Kasus : Pada Mahasiswa Fisip Universitas Riau, *Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol. 1 No.1, hal 61-72, Universitas Riau.
- Jones Michael A, et al. (2003). The Effects of Locational Convenience on Customer Repurchase Intention Across Service Types, *Journal Of Service Marketing*, Vol 17 No 7 2003, PP 701-712.
- Kim, Moon-koo, Myeong-Cheol Park dan Dong Heon Jeong. (2004). The effects of Customer Satisfaction and Switching Barrier on Customer Loyalty on Korean Mobile Telecommunication Services, *Telecommunication Policy*, Electronics

and Telecommunication Research Institution, Yusong-Gu, Gajeong-Dong, Taejon 350-305, South Korea and School of Business, Information and Communication University, Yusong-gu, Hwaan dong, Taejon 305 348Korea. (<http://userpage.fuberlin.de/~jmueller/its/conf/helsinki03/papers/Kim-Moon.pdf>, diakses pada tanggal 19 November 2013)

- Kotler Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia jilid 1*, Yogyakarta : Andi
- Mowen John. C/ Minor Michael. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Jakarta : Erlangga
- Peter J.Paul, Olson Jerry.(1999). *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1*, Jogyakarta : Erlangga.
- Santoso Singgih. (2000). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta : PT. Media Komputindo
- Simamora Bilson. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sudjana. (2001). *Metoda Statistika*, Bandung : PT. Tarsito.
- Sugiyono.(2013). *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto Danang.(2013). *Teori, Kuesioner dan Analisis Data*, Jogyakarta : Graha Ilmu
- Waluyo Purwanto, Pamungkas Agus. (2003). Analisis Perilaku Brand Switching Konsumen Dalam Pembelian Produk Handphone Di Semarang, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Maret 2003.