

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN *VARIETY*

SEEKING TERHADAP BRAND SWITCHING

PADA PRODUK *SMARTPHONE*

(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang

Melakukan Perpindahan Merek dari *Blackberry ke non Blackberry*)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

AULIA USWATUN KHASANAH

B 100 100 276

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP *BRAND SWITCHING* PADA PRODUK *SMARTPHONE* (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang Melakukan Perpindahan Merek dari *Blackberry* ke *Non Blackberry*).

Yang disusun oleh :

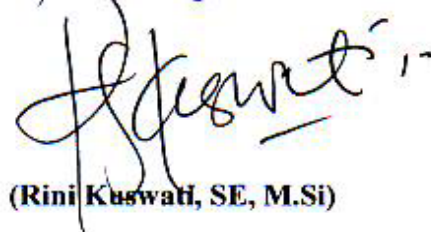
Aulia Uswatun Khasanah

B 100 100 276

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Maret 2014

Pembimbing Utama



(Rini Kuswati, SE, M.Si)

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



(Dr. H. Triyono, SE, M.Si.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **AULIA USWATUN KHASANAH**
NIRM : **10.6.106.0201416.500276**
Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN
DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP BRAND
SWITCHING PADA PRODUK *SMARTPHONE* (STUDI
KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA YANG
MELAKUKAN PERPINDAHAN MEREK DARI
BLACKBERRY KE NON BLACKBERRY)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **Maret 2014**
.....
Yang membuat pernyataan,

AULIA USWATUN KHASANAH
.....

MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila telah selesai (segala urusan), maka kerjakanlah (urusan yang lain) dengan sungguh-sungguh

(Q.S Al Insiirah : 6-7).

*You were put on this earth to achieve your greatest self, to live out your purpose
and to do it fearlessly*

(Dr. Steve Maraboli)

Stay hungry , stay foolish

(Steve Jobs)

*Tidak ada hal yang terjadi secara kebetulan. Kebetulan adalah jawaban atas doa-
doa yang kita panjatkan yang tidak kita sadari.*

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini spesial untuk:

- Ibuku, Ibuku, Ibuku dan Ayah tercinta serta adik-adikku yang telah memberikan kasih sayang, pengorbanan dan motivasi yang tiada henti-hentinya.
- Bapak/Ibu dosen, yang telah membimbing
- Rekan-rekan pengurus, aktivis dan alumni HEMa Manajemen semoga sukses selalu
- Rekan-rekanku Manajemen angkatan 2010 semoga sukses selalu
- Sahabat-sahabatku sekalian.
- Almamaterku tercinta.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP *BRAND SWITCHING* PADA PRODUK *SMARTPHONE* (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang Melakukan Perpindahan Merek dari *Blackberry* ke *Non Blackberry*)”**.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Anton Agus S, SE., M. Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Wiyadi Ph.d, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh studi.

4. Ibu Rini Kuswati SE., M. Si., selaku pembimbing dari skripsi ini yang dengan sabar membimbing dan memberi arahan kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Ibu dan ayah serta adik-adikku tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan.
7. Seluruh *THE IMAN DIARJO'S FAM* (Mbak Anik, Mbak Nia, Mas Rahmat, Mas Yuli, Mbak Yati, Mbah Pi, Bude dan Pakde Warni) dengan ini penulis membuktikan bahwa penulis mampu menyelesaikan studinya. Terima kasih untuk semua dorongan baik spiritual dan material yang telah diberikan kepada penulis.
8. Sahabatku sekaligus *partner in crime* Penny Hapsari Amivia Ningrum yang selalu memotivasi, mendengarkan keluh kesah dan menginspirasi penulis dalam menjalankan studi. Semoga dilancarkan dalam pengerjaan skripsi dan terus semangat untuk mengembangkan Rumah Hebat Indonesia.
9. Semua sahabatku *De bell a Row* (Fian, Dewi “Desse”, Yoshi “mamah”, Nisashin, dan Lita) , terima kasih atas segala pengalaman, motivasi dan pelajaran yang telah diberikan. *Never ending friendship*.
10. Semua teman-temanku di keluarga besar HEMa Manajemen FEB UMS; HEMa (Ervin ‘kempleng’ , Arbayu, Indah, Zidny, Amanda, Atok, Wahyu,

Dina, Fauzin, Verly, Yusman, Galuh, Pram, Laila, Yessi, Franky, Yunita, Dodi, Mas Udin, Ayuk, Warsito dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu-satu, terima kasih atas semangatnya. Semoga HEMa Manajemen semakin Spektakuler....Luar....Biasa !!!!

11. Sahabat – sahabatku, (Diajeng Lala, Diantik Herwidy, Dwi Lestari, Novita Rahmawati, Puji Hartanti, Heru Hartono, Fery Pasifik, Syarif Bawazier) terimakasih karena telah memberi warna dalam mengarungi kehidupan selama kuliah. Semoga persahabatan ini terjalin selamanya. Salam survey dan traveling!
12. Teman-teman yang telah bersedia ikut membantu penulis dalam penyebaran kuesioner, Ana (semoga sukses untuk Co ass nya), Latief (semoga lekas selesai studinya), Febriana (Calon ibu guru teladan) dan Haqqi.
13. Teman-teman kelas I angkatan 2010 (Sri Lestari, Ita, Fitri, Vina, Dama, Resti, Dhania, Nia Husna, Musiroh, Arum, Lutfi, Bagus, Beni dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu).
14. Teman-teman Asisten Lab. Manajemen (Nur Amalina, Civi Erikawati, Sasongko, Sajiwo, Mbak Liana, Mas Venno dan Mas Radit).
15. ‘Anakin Skywalker’ terimakasih atas motivasi dan inspirasi yang disebarkan untuk penulis selama ini, yang telah mengajarkan untuk berani bermimpi besar. *Many good wishes goes to you.*
16. Pak Min, terimakasih atas kesediaannya untuk bersedia dibuat repot oleh penulis selama menempuh studi.

17. Bapak dan Ibu Lurah Mangunweni serta Karangkemiri (Kebumen)

terimaasih atas kebaikan, ketulusan dan doa yang terselip untuk penulis.

18. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Maret 2014

Penulis



Aulia Uswatun K.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAKSI	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Merek.....	7
2.2 Kualitas Produk	9
2.3 Iklan.....	12

2.4 <i>VARIETY SEEKING</i>	14
2.5 Penelitian Terdahulu.....	15
2.6 Model Penelitian	16
2.7 Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Populasi dan Sampel.....	20
3.2 Teknik <i>Sampling</i>	21
3.3 Data dan Sumber Data.....	22
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
3.5 Metode Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Surakarta....	33
4.2 Filosofi, Visi, Misi dan Tujuan.....	34
4.3 Program Studi	36
4.4 Deskripsi Responden.....	37
4.5 Analisis Data	40
4.6 Pembahasan	50
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Keterbatasan Penelitian	53
5.3 Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1 Fakultas dan Program Studi Tingkat S1	36
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	35
Tabel 4.3 Lama Menempuh Pendidikan	38
Tabel 4.4 Merek <i>Smartphone</i> Pengganti	39
Tabel 4.5 Rangkuman Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.6 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.7 Rangkuman Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4.8 Rangkuman Hasil Uji Regresi Berganda	43

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	16

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner penelitian
2. Tabulasi Data
3. Hasil Analisis Data Responden
4. Uji Validitas
5. Uji Reliabilitas
6. Uji Normalitas
7. Uji Regresi
8. Tabel r
9. Tabel t
10. Tabel F

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk, iklan dan *variety seeking* terhadap *brand switching*. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan *purposive sampling* dan *convenience sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji normalitas dan uji analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Dalam penelitian ini data memenuhi untuk berdistribusi normal. Dari uji hipotesis didapatkan hasil bahwa kualitas produk dan *variety seeking* memiliki pengaruh yang signifikan dengan t hitung masing-masing sebesar 6,869 dan 3,846 sedangkan variabel iklan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar -0,970. Pada uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas produk, iklan dan *variety seeking* berpengaruh signifikan terhadap *brand switching*. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 59,9 %

Kata kunci: *kualitas produk, iklan, variety seeking, brand switching*