

**PENGARUH KEBUTUHAN MENCARI VARIASI PRODUK, HARGA
PRODUK, DAN IKLAN PRODUK PESAING TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK *SMARTPHONE* DI YOGYAKARTA
(Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF VARIETY SEEKING PRODUCT, PRICE OF
PRODUCT, AND ADVERTISING COMPETITORS PRODUCT TO BRAND
SWITCHING IN YOGYAKARTA
(Study on Management Student in Muhammadiyah University of Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
SONY ISWANTA
20120410382

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2016**

SKRIPSI

PENGARUH KEBUTUHAN Mencari Variasi Produk, Harga Produk, dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Perpindahan Merek *SMARTPHONE* di Yogyakarta
(Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

THE INFLUENCE OF VARIETY SEEKING PRODUCT, PRICE OF PRODUCT, AND ADVERTISING COMPETITORS PRODUCT TO BRAND SWITCHING IN YOGYAKARTA
(Study on Management Student in Muhammadiyah University of Yogyakarta)



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Winarso, Drs., M.M.
NIK: 19650910199311 143031

Tanggal, 20 Januari 2017

SKRIPSI

PENGARUH KEBUTUHAN Mencari Variasi Produk, Harga Produk, dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Perpindahan Merek Smartphone di Yogyakarta
(Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

THE INFLUENCE OF VARIETY SEEKING PRODUCT, PRICE OF PRODUCT, AND ADVERTISING COMPETITORS PRODUCT TO BRAND SWITCHING IN YOGYAKARTA
(Study on Management Student in Muhammadiyah University of Yogyakarta)

Diajukan Oleh

Sony Iswanta
20120410382

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 20 Januari 2017
Yang terdiri dari

Dr. Susanto., MS
Ketua Tim Penguji

Dra. Hj. Munjiati Munawaroh., M.Si
Anggota Tim Penguji

Dra. Siti Dyah Handayani
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si
19660604199202 143016

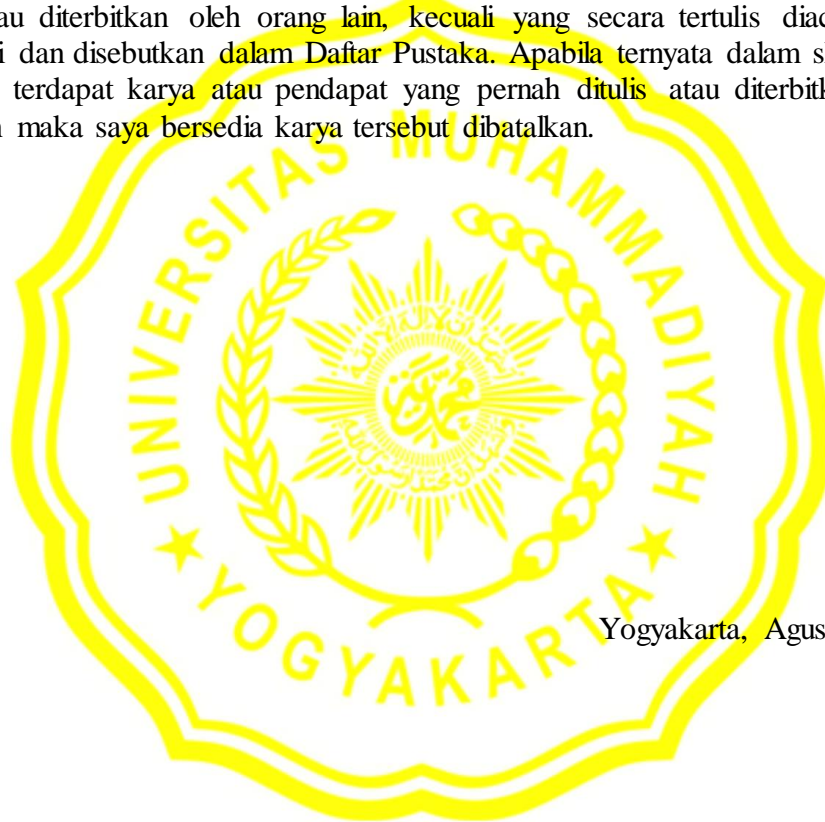
PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Sony Iswanta

Nomor Mahasiswa : 20120410382

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH KEBUTUHAN MENCARI VARIASI PRODUK, HARGA PRODUK, DAN IKLAN PRODUK PESAING TERHADAP PERPINDAHAN MEREK SMARTPHONE DI YGYAKARTA (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.



Yogyakarta, Agustus 2016

Sony Iswanta

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kebutuhan mencari variasi produk, harga produk, dan iklan produk pesaing terhadap perpindahan merek *smartphone* di Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Sampel yang digunakan adalah mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebanyak 153 responden dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Uji validitas menggunakan *Pearson Correlations*, sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan *Alpha Cronbach*. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kebutuhan mencari variasi produk berpengaruh positif terhadap perpindahan merek *smartphone*; (2) Harga produk berpengaruh positif terhadap perpindahan merek *smartphone*; dan (3) iklan produk pesaing berpengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek *smartphone*.

Kata Kunci: Kebutuhan Mencari Variasi Produk, Harga Produk, Iklan Produk Pesaing, dan Perpindahan merek.

ABSTRACT

The aims of this study are to find out the effect of variety seeking product, price of product, and advertising competitors product toward smartphone's brand switching at Yogyakarta. The research is categorized as survey study using questionnaires as the instrument. The subjects of this research are the management student used smartphone at Muhammadiyah University of Yogyakarta. There were 153 respondent from the Purposive Sampling. The instrument was analyzed using Pearson Correlation while the reliability was analyzed using Cronbach Alpha. Double regression was also used as the analyzing technique. As the results, it shows that: (1) variety seeking product positively affects the smartphone's brand switching; (2) price of product positively affects the smartphone's brand switching; (3) advertising competitors product positively affects the smartphone's brand switching.

Key Word: Variety Seeking product, Price of Product, Advertising Competitors Product, Brand Switching

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
INTISARI	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
1. Perpindahan Merek.....	8
2. Kebutuhan Mencari Variasi Produk	9
3. Harga Produk	10
4. Iklan Produk Pesaing.....	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu	15

C.	Hipotesis	16
1.	Kebutuhan Mencari Variasi Produk Terhadap Perpindahan Merek.....	16
2.	Harga Produk Terhadap Perpindahan Merek	18
3.	Iklan Produk Pesaing Terhadap Perpindahan Merek.....	19
D.	Model Penelitian.....	20
BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Obyek Dan Subyek Penelitian.....	22
B.	Jenis Data.....	22
C.	Teknik Pengambilan Sampel.....	22
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	23
E.	Definisi Operasional Variabel.....	23
F.	Uji Kualitas Instrumen Dan Data.....	25
1.	Uji Validitas.....	25
2.	Uji Reliabilitas	25
G.	Uji Hipotesis Dan Analisis Data.....	26
1.	Analisis Data.....	26
2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	27
3.	Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	27
4.	Koefisien Determinasi.....	28
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A.	Gambaran Umum Obyek Dan Subyek Penelitian	29
B.	Uji Kualitas Instrumen Dan Data.....	32

1. Uji Validitas.....	32
2. Uji Reliabilitas.....	33
C. Hasil Pengujian Hipotesis.....	34
1. Uji ANOVA.....	34
2. Uji Hipotesis.....	34
3. Uji Koefisien Determinasi.....	36
D. Pembahasan.....	36
 BAB V	
SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN	
A. Simpulan.....	42
B. Saran.....	42
C. Keterbatasan.....	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1 Daftar Pengguna Merek Dagang Smartphone Terbanyak	4
3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	24
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	30
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perpindahan Merek.....	31
4.4 Hasil Uji Validitas	32
4.5 Hasil Uji Reliabilitas	33
4.6 Hasil Uji ANOVA.....	34
4.7 Hasil Uji t-Test	35
4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	36

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Penelitian.....	21
---------------------------	----