

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
KEBUTUHAN Mencari VARIASI DAN IKLAN PRODUK PESAING
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DARI
SMARTPHONE LENOVO KE SMARTPHONE XIAOMI DI
YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF PERCEIPT QUALITY, PRICE PERCEPTION,
VARIETY SEEKING AND COMPETITOR PRODUCTS ADVERTISEMENTS
ON DECISION OF BRAND SWITCHING FROM LENOVO MOBILE
PHONE TO XIAOMI MOBILE PHONE IN YOGYAKARTA***

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

DZAKY NAUFAL JAMIL

20160410298

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dzaky Naufal Jamil

NIM : 20160410298

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, KEBUTUHAN Mencari VARIASI DAN IKLAN PRODUK PESAING TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DARI SMARTPHONE LENOVO KE SMARTPHONE XIAOMI DI 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, 24 Februari 2020

Dzaky Naufal Jamil

MOTTO

“Hidup itu BERAT sekaligus RINGAN, jadi biasakanlah”

(DNJ)

“Life is simple, you make a choice and don’t look back”

(Han-Fast and Furious)

“Terasa sulit ketika aku merasa harus melakukan sesuatu. Tetapi, menjadi mudah ketika aku menginginkannya.”

(Annie Gottlier)

“It’s just hard, it’s not impossible, so it’ll be alright”

(Bokuto-Haikyuu~)

“Life’s a bore if you don’t challenge yourself”

(Nishinoya Yuu)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah S.W.T atas rahmat serta hidayahNya yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi. Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dorongan serta semangat kepada penulis sehingga penulis mendapatkan gelar sarjana. Tugas akhir ini penulis persembahkan untuk:

1. Keluarga tercinta dari penulis, yaitu Ayah, Mama, dan adik-adik. Penulis ingin mengungkapkan ribuan terima kasih untuk do'a, dorongan serta motivasi sehingga semua ini dapat tercapai.
2. Teman-teman MSD SQUAD yang selalu menghibur ketika penulis memiliki masalah hidup.
3. Teman-teman semasa perkuliahan didalam dan luar Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yaitu Celine, Dewi, Deida, Yunita, Hariski, Meki, Andre Gepuk, Aal, Ellinna, Wiwin, Mega, Mia, dan Qori yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk, persepsi harga, kebutuhan mencari variasi, dan iklan produk pesaing terhadap keputusan perpindahan merek dari smartphone Lenovo ke smartphone Xiaomi di Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan dengan jumlah sampel sebesar 76 responden, yang ditentukan dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden dengan menggunakan *Google Forms*. Adapun alat analisis yang digunakan adalah SPSS (*Statistical Package for the Social Sciens*) dengan program *software software IBM SPSS (Statistikal Package for the Social Sciens) Statistics 25*.

Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa persepsi kualitas produk, persepsi harga, kebutuhan mencari variasi, dan iklan produk pesaing secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek smartphone, persepsi kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan perpindahan merek smartphone, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek smartphone, kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek smartphone, dan iklan produk pesaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek smartphone.

Kata Kunci: Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kebutuhan Mencari Variasi, Iklan Produk Pesaing, Perpindahan Merek.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of percept quality, price perception, variety seeking and competitor products advertisements on decision of brand switching from lenovo mobile phone to xiaomi mobile phone in Yogyakarta

This research was conducted with a total sample of 76 respondents, determined by sampling techniques using non-probability sampling techniques with a purposive sampling method and distributing questionnaires to respondents using Google Forms. The analysis tool used is the SPSS (Statistical Package for the Social Sciens) with the IBM SPSS software program (Statistical Package for the Social Sciens) Statistics 25.

Based on the results obtained that percept quality, price perception, variety seeking, and competitor product advertisements together have a positive and significant effect on smartphone brand switching decisions, percept quality has a negative and not significant effect on smartphone brand switching decisions, price perception has a positive effect and significant for smartphone brand switching decisions, variety seeking has a positive and significant effect on smartphone brand switching decisions, and competitor product advertisements have a positive and significant effect on smartphone brand switching decisions.

Keywords: Percept Quality, Price Perception, Variety Seeking, Competitor Products Advertisements, Brand Switching.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, rahmat dan hidayah-Nya dalam penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kebutuhan Mencari Variasi, dan Iklan Produk Pesaing terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Smartphone Lenovo ke Smartphone Xiaomi di Yogyakarta”**

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini berharap dapat memberikan wawasan kepada pembaca ataupun peneliti selanjutnya.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Bapak Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D. Ak., CA yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.SI. Ph. D. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan untuk para mahasiswa.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan bekal ilmu selama masa perkuliahan yang InsyaAllah akan bermanfaat hingga saat ini.
5. Semua pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun demi kebaikan skripsi ini. Semoga tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 24 Februari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
C. Penurunan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
D. Model Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Objek dan Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
C. Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
E. Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
F. Uji Kualitas Instrumen	Error! Bookmark not defined.
G. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..	Error! Bookmark not defined.

A. Gambaran Umum.....	Error! Bookmark not defined.
B. Uji Kualitas Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
C. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
A. Simpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
C. Keterbatasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Market Share Xiaomi Dan Lenovo Di Indonesia.....	4
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.3 Skala Likert	28
Tabel 3.4 Indikator Variabel Independen (Bebas).....	29
Tabel 3.5 Indikator Variabel Dependen (Terikat).....	30
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Tahun Perpindahan	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	40
Tabel 4.10 Uji Regresi Linier Berganda	41
Tabel 4.11 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Market Share Xiaomi Dan Lenovo Di Indonesia.....	5
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 2. Tabulasi Skor	64
Lampiran 3. Karakteristik Responden	75
Lampiran 4. Uji Validitas.....	76
Lampiran 5. Uji Reliabilitas.....	80
Lampiran 6. Uji Regresi Linier.....	81
Lampiran 7. Hasil Cek Plagiasi.....	82