



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS  
PRODUK DAN VARIASI RASA TERHADAP PERILAKU  
PERPINDAHAN MEREK KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO  
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

**Skripsi**

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

**IVAN MAULANA PUTRA PRATAMA**

NIM. 201911541

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2024**



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS  
PRODUK DAN VARIASI RASA TERHADAP PERILAKU  
PERPINDAHAN MEREK KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO  
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang  
pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**IVAN MAULANA PUTRA PRATAMA**

NIM. 201911541

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2024**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK  
DAN VARIASI RASA TERHADAP PERILAKU PERPINDAHAN MEREK  
KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO  
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Ivan Maulana Putra Pratama  
NIM : 201911541  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, .....

Pembimbing I



**Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K**  
NIDN. 0630098401


Pembimbing II



**Keke Tamara Fahira, S.E., M.M**  
NIDN. 0630109701

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



**Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M**  
NIDN. 0024037701

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK  
DAN VARIASI RASA TERHADAP PERILAKU PERPINDAHAN MEREK  
KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO  
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Ivan Maulana Putra Pratama  
NIM : 201911541  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, .....

Mengetahui

Ketua Program Studi



**Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M**  
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



**Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K**  
NIDN. 0630098401

Mengetahui

Dekan



**Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M**  
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



**Keke Tamara Fahira, S.E., M.M**  
NIDN. 0630109701

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto:**

“Allah SWT tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”

**(Q.S. Al-Baqarah ayat 286)**

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

**(Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)**

“... Dan barangsiapa yang bertawaqal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya.

Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu”

**(Q.S.At Talaq ayat 3)**

### **Persembahan:**

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun materi. Tidak lupa saudara serta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendoakan tiada hentinya untuk keberhasilan saya.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-nya yang sangat besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Variasi Rasa Terhadap Perilaku Perpindahan Merek Konsumen Teh Botol Sosro (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus)”** Skripsi ini disusun oleh penulis guna melengkapi syarat untuk menyelesaikan program S1 Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Muria Kudus. Akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik setelah penulis melalui perjuangan panjang yang sangat melelahkan. Dalam menyelesaikan skripsi ini ada pihak di belakang penulis yang senantiasa memeberikan pengarahan, bantuan, bimbingan, dan semangat untuk tetap berjuang. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan arahan selama menempuh perkuliahan.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

4. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K., selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih atas bimbingan, petunjuk, waktu, nasehat, dan kesabaran yang telah diberikan pada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas bimbingan, petunjuk, waktu, nasehat, dan kesabaran yang telah diberikan pada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muria Kudus, yang telah memberikan bantuan dan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.
7. Keluarga besar tercinta yang selalu mendukung dan memberikan semangat serta saudara-saudara tersayang yang telah memberikan dukungan yang tiada terkira.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh lebih sempurna karena keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis mengharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Kudus, .....

Penulis



Ivan Maulana Putra Pratama  
201911541

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK  
DAN VARIASI RASA TERHADAP PERILAKU PERPINDAHAN MEREK  
KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO  
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Ivan Maulana Putra Pratama  
201911541

Dosen Pembimbing: 1. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.  
2. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi harga, citra merek, kualitas produk dan variasi rasa terhadap perilaku perpindahan merek. Data penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner. Metode penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 193 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 24. Hasil penelitian ini secara parsial menyatakan bahwa persepsi harga, citra merek dan kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perpindahan merek, sedangkan variasi rasa tidak berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek. Hasil secara simultan menyatakan bahwa persepsi harga, citra merek, kualitas produk dan variasi rasa berpengaruh secara bersama-sama terhadap perpindahan merek.

**Kata Kunci: Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Variasi Rasa, Perpindahan Merek**



***THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND TASTE VARIATION ON BRAND SWITCHING BEHAVIOR CONSUMERS TEH BOTOL SOSRO (STUDI AT STUDENT STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)***

Ivan Maulana Putra Pratama  
201911541

*Advisor:* 1. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.  
2. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M.

***UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF  
MANAGEMENT***

***ABSTRACT***

*This study aims to analyse effect of price perception, brand image, product quality and taste variation on brand switching behavior. The data in this study are primary data obtained from questioner. Based on sampel to purposive sampling and the sumple used 193 respondents. Method in this study with multiple regression analyze with SPSS 24. The result this research partially that price perception, brand image and product quality have negative effect and significant on brand switching, meanwhile taste variation does not have a significant effect on brand switching. The result this research simultany that price perception, brand image, product quality and taste variation have effect simultany on brand switching.*

***Keywords: Price Perception, Brand Image, Product Quality, Taste Variation, Brand Switching***

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	11
1.3 Rumusan Masalah .....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Manfaat Penelitian .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Teori Merek.....	15
2.1.2 Perpindahan Merek .....	18
2.1.3 Persepsi Harga.....	24
2.1.4 Citra Merek .....	28
2.1.5 Kualitas Produk.....	32
2.1.6 Variasi Rasa .....	36
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	40
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	43
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	49
2.5 Hipotesis.....	50

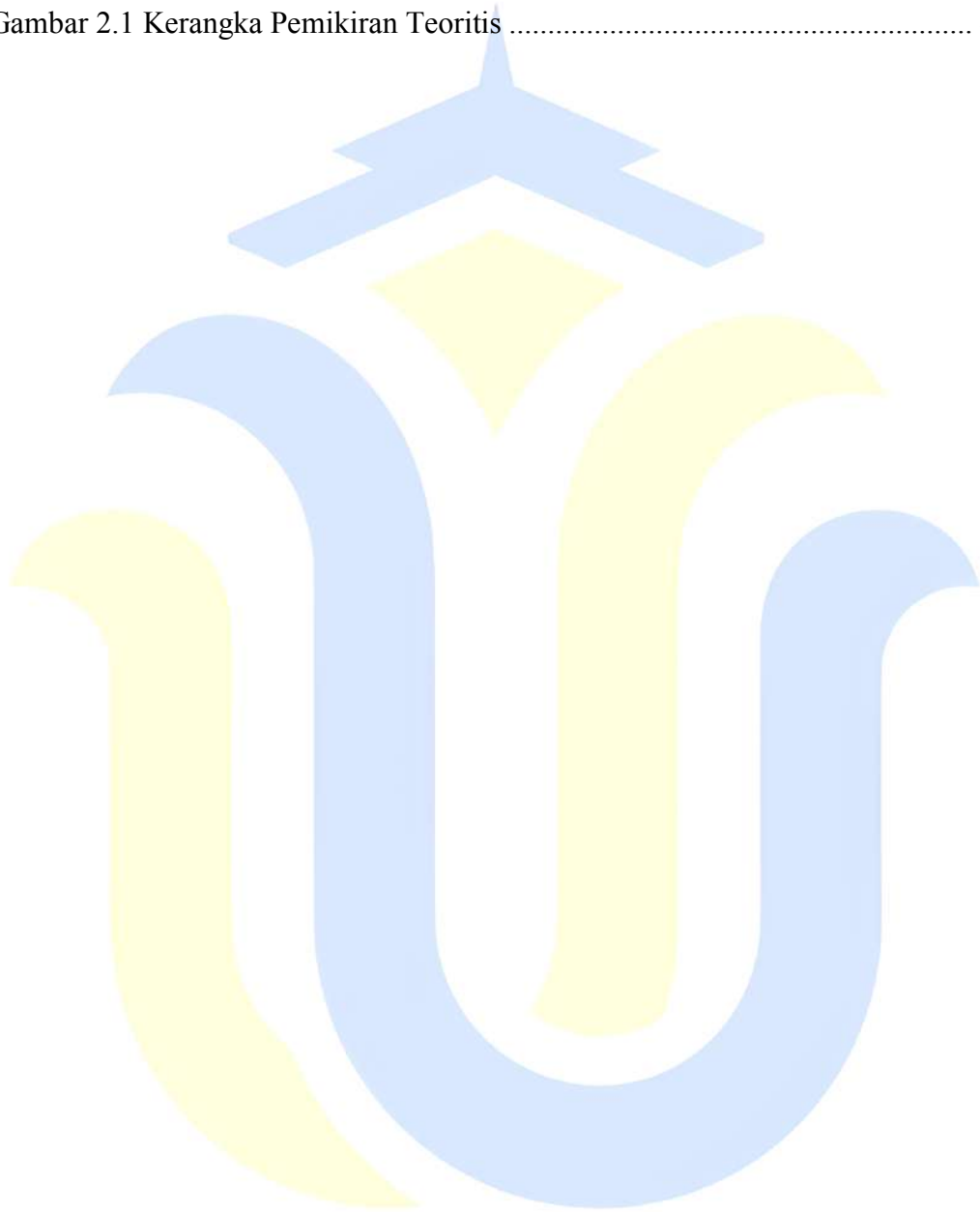
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
3.1 Rancangan Penelitian.....	51
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	51
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	58
3.4 Populasi dan Sampel.....	59
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	61
3.6 Pengolahan Data.....	62
3.7 Analisis Data.....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
4.2 Karakteristik Responden.....	75
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	77
4.4 Hasil Analisis Data.....	82
4.5 Pembahasan.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Usia Responden.....	75
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	76
Tabel 4.3 Variabel Persepsi Harga.....	77
Tabel 4.4 Variabel Citra Merek.....	78
Tabel 4.5 Variabel Kualitas Produk.....	79
Tabel 4.6 Variabel Variasi Rasa.....	80
Tabel 4.7 Variabel Perpindahan Merek.....	81
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	82
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	84
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	84
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	85
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	86
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial).....	87
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan).....	88
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	89

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Produksi Teh Indonesia Tahun 2011-2021 .....	2
Gambar 1.2 <i>Top Brand Index</i> Teh Dalam Kemasan Siap Minum .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	49





## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	111
Lampiran 2 Tabulasi .....	116
Lampiran 3 Output SPSS .....	146

