



**PENGARUH KEBUTUHAN Mencari VARIASI, HARGA PRODUK,
KUALITAS PRODUK DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP PERILAKU
PERALIHAN MEREK *SMARTPHONE* (STUDI PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

MILADRI ASHARINA

NIM: 202111574

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH KEBUTUHAN Mencari Variasi, Harga Produk,
Kualitas Produk, dan Atribut Produk Terhadap
Perilaku Peralihan Merek *Smartphone* (Studi pada
Mahasiswa 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 :
MILADRI ASHARINA
NIM. 2021-11-574

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH KEBUTUHAN Mencari Variasi, Harga Produk,
Kualitas Produk, dan Atribut Produk Terhadap
Perilaku Peralihan Merek *Smartphone* (Studi pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muria Kudus)**

Nama : Miladri Asharina
NIM : 2021-11-574
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 6 Februari 2025

Mengetahui
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Mengetahui,
Pembimbing



(Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M. AAK)
NIDN. 0630098401

**PENGARUH KEBUTUHAN Mencari Variasi, Harga Produk,
Kualitas Produk, dan Atribut Produk Terhadap
Perilaku Peralihan Merek *Smartphone* (Studi pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muria Kudus)**

Nama : Miladri Asharina
NIM : 2021-11-574
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 3 Maret 2025

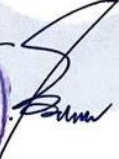
Mengetahui
Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Mengetahui,
Pembimbing


(Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M. AAK)
NIDN. 0630098401

Mengetahui,
Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

“Setetes keringat orang tuaku yang keluar, ada seribu langkahku untuk maju”

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kepada Bapak Suradiyono. Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai dibangku kuliah, namun beliau selalu memberikan dukungan kepada penulis. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Sehat selalu dan Panjang umur bapak.
2. Pintu Surgaku, Ibunda Fitrotun. Beliau juga memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai dibangku kuliah, namun beliau mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal Lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya hingga meraih Sarjana. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya. sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi harus ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan taufiq, rahmat dan inayah-Nya sehingga skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi, Harga Produk, Kualitas Produk dan Atribut Produk terhadap perilaku peralihan merek *smartphone* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus)” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M. AAK., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan menasihati penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan banyak ilmunya dan arahnya kepada penulis.

6. Kedua orang tua dan keluarga saya yang telah membantu, memberikan semangat dan doa kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat saya dibangku perkuliahan teruntuk Fia, Nabila, Lala, Ira serta teman-teman yang tidak bisa saya sebut satu persatu yang telah membantu memberikan semangat dan dukungan tanpa henti dalam penyusunan skripsi ini.
8. Terakhir, terimakasih kepada diri saya sendiri karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terimakasih sudah berjuang menjadi yang baik serta senantiasa menikmati setiap prosesnya.

Penulis menyadari sepenuhnya hasil penelitian ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun bagi penulis. Dengan segala kerendahan hati, penulis harap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Kudus,
Penulis

2025



Miladri Asharina
NIM. 202111574

**PENGARUH KEBUTUHAN MENCARI VARIASI, HARGA PRODUK,
KUALITAS PRODUK, DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP
PERILAKU PERALIHAN MEREK *SMARTPHONE* (STUDI PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MURIA KUDUS)**

Miladri Asharina
2021-11-1574

Pembimbing : Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M. AAK.

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi, Harga Produk, Kualitas Produk, Atribut Produk Terhadap Perilaku Peralihan Merek *smartphone* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus). Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang melakukan peralihan merek *smartphone* Samsung ke *smartphone* Apple. Sampel penelitian ini yaitu berjumlah 96 responden yang diambil melalui teknik pengambilan *purposive sampling*. Uji instrument pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda yang diuji menggunakan alat olah data SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku peralihan merek *smartphone* Samsung ke *smartphone* Apple. Harga produk tidak berpengaruh terhadap perilaku peralihan merek *smartphone* Samsung ke *smartphone* Apple. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku peralihan merek *smartphone* Samsung ke *smartphone* Apple. Atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku peralihan merek *smartphone* Samsung ke *smartphone* Apple. Kebutuhan mencari variasi, harga produk, kualitas produk, atribut produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku peralihan merek *smartphone* Samsung ke *smartphone* Apple.

**Kata kunci : Kebutuhan Mencari Variasi, Harga Produk, Kualitas Produk,
Atribut Produk, Perilaku Peralihan Merek.**

**THE EFFECT OF THE NEED TO FIND VARIETY, PRODUCT PRICE,
PRODUCT QUALITY, AND PRODUCT ATTRIBUTES ON
SMARTPHONE BRAND SWITCHING BEHAVIOR (A STUDY ON
STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS,
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Miladri Asharina

2021-11-1574

Supervisor : Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M. AAK.

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of the need for variety seeking, product price, product quality, and product attributes on brand switching behavior from Samsung smartphones to Apple smartphones (A study on students of the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University). The population of this study consists of active students from the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University, who have switched from Samsung smartphones to Apple smartphones. The sample of this study comprises 96 respondents selected through purposive sampling technique. The instrument test in this study uses validity and reliability tests. The data analysis method uses multiple linear regression analysis tested with SPSS version 26. The results of this study indicate that the need for variety seeking has a positive and significant effect on brand switching behavior from Samsung smartphones to Apple smartphones. Product price does not affect brand switching behavior from Samsung smartphones to Apple smartphones. Product quality has a positive and significant effect on brand switching behavior from Samsung smartphones to Apple smartphones. Product attributes have a positive and significant effect on brand switching behavior from Samsung smartphones to Apple smartphones. The need for variety seeking, product price, product quality, and product attributes simultaneously have a positive and significant effect on brand switching behavior from Samsung smartphones to Apple smartphones.

Keywords: *Need for Variety Seeking, Product Price, Product Quality, Product Attributes, Brand Switching Behavior*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	12
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.5.1 Manfaat Teoritis	15
1.5.2 Manfaat Praktis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	16
2.2 Kebutuhan Mencari Variasi	18
2.2.1 Indikator Kebutuhan Mencari Variasi	19
2.3 Harga Produk	20
2.3.1 Indikator Harga	20
2.4 Kualitas Produk	22
2.4.1 Indikator Kualitas Produk	22
2.5 Atribut Produk	24

2.5.1	Indikator Atribut Produk	25
2.6	Perilaku Peralihan Merek	26
2.6.1	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Peralihan Merek.....	27
2.6.2	Indikator Perilaku Peralihan Merek	29
2.7	Pengaruh Antar Variabel	30
2.7.1	Pengaruh Mencari Variasi terhadap Peralihan Merek.....	30
2.7.2	Pengaruh Harga Produk terhadap Peralihan Merek	31
2.7.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Peralihan Merek.....	32
2.7.4	Pengaruh Atribut Merek terhadap Peralihan Merek	33
2.8	Penelitian Terdahulu	34
2.9	Kerangka Pemikiran Teoritis	38
2.10	Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1	Rancangan Penelitian	41
3.2	Variabel Penelitian	42
3.2.1	Variabel bebas (<i>Independent Variable</i>).....	42
3.2.2	Variabel terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	42
3.3	Definisi Operasional Variabel	42
3.3.1	Kebutuhan Mencari Variasi	43
3.3.2	Harga Produk.....	44
3.3.3	Kualitas Produk	45
3.3.4	Atribut Produk.....	46
3.3.5	Perilaku Peralihan Merek	48
3.4	Jenis dan Sumber Data	49
3.4.1	Data Primer	49
3.4.2	Data Sekunder	50
3.5	Populasi dan Sampel	50
3.5.1	Populasi	50
3.5.2	Sampel.....	50
3.6	Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.6.1	Kusioner	52

3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.7.1	Uji Validitas	53
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	54
3.8	Pengolahan Data.....	54
3.8.1	Editing	54
3.8.2	Coding	55
3.8.3	Tabulasi	55
3.9	Analisis Data	55
3.10	Uji Asumsi Klasik	55
3.10.1	Uji Normalitas	55
3.10.2	Uji Multikolinearitas	56
3.10.3	Uji Heteroskedastisitas	57
3.10.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
3.11	Uji Hipotesis.....	58
3.11.1	Uji Parsial (Uji t).....	58
3.11.2	Uji Simultan F (Uji F)	58
3.11.3	Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Gambaran Umum Apple	60
4.2	Gambaran Umum Responden	61
4.2.1	Identitas Responden	61
4.2.2	Jenis Kelamin	63
4.3	Statistik Deskriptif.....	63
4.3.1	Deskriptif Variabel Kebutuhan Mencari Variasi.....	64
4.3.2	Deskriptif Variabel Harga Produk.....	64
4.3.3	Deskriptif Variabel Kualitas Produk	65
4.3.4	Deskriptif Variabel Atribut Produk.....	66
4.3.5	Deskriptif Variabel Perilaku Peralihan Merek	67
4.4	Hasil Uji Instrumen Penelitian	67
4.4.1	Uji Validitas	67
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	69

4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	70
4.5.1	Uji Normalitas	70
4.5.2	Uji Multikolinieritas	71
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	72
4.6	Hasil Uji Analisis Linear Beganda.....	73
4.7	Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Persial (Uji t)	74
4.8	Hasil Uji Hipotesis	75
4.9	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	76
4.10	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	77
4.11	Pembahasan.....	78
4.11.1	Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perilaku Peralihan Merek	78
4.11.2	Pengaruh Harga Produk Terhadap Perilaku Peralihan Merek.....	80
4.11.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Perilaku Peralihan Merek.....	81
4.11.4	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Perilaku Peralihan Merek.....	83
4.11.5	Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi, Harga Produk, Kualitas Produk Dan Atribut Produk Secara Simultan Terhadap Perilaku Peralihan Merek	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		86
5.1	Kesimpulan.....	86
5.2	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN -LAMPIRAN.....		94

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Award <i>Smartphone</i> Tahun 2020-2024	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Samsung Galaxy dan Apple.....	7
Tabel 1.3 Komentar Kualitas Samsung Galaxy Z Flip 6 di Instagram Samsungindonesia	9
Tabel 1.4 Data Kekurangan <i>Smartphone</i> Samsung Galaxy Z Flip 6.....	10
Tabel 4.1 Kelompok Responden Berdasarkan Identitas Responden	61
Tabel 4.2 Kelompok Responden Berdasarkan Domisili	62
Tabel 4.3 Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.3 Deskriptif Variabel Kebutuhan Mencari Variasi	64
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Harga Produk	65
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	65
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Atribut Produk	66
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Perilaku Peralihan Merek.....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi.....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Persial (Uji t).....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penggunaan <i>Smartphone</i> di Indonesia	2
Gambar 1.2 Penggunaan <i>Smartphone</i> di Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	39



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	96
LAMPIRAN 2 DOKUMENTASI PENYEBARAN KUESIONER.....	105
LAMPIRAN 3 DATA HASIL KUSIONER RESPONDEN	108
LAMPIRAN 4 FREKUENSI VARIABEL.....	128
LAMPIRAN 5 UJI INSTRUMEN.....	138
LAMPIRAN 6 ASUMSI KLASIK	145
LAMPIRAN 7 UJI HIPOTESIS (UJI t,UJI F, <i>Adjusted R²</i>).....	148
LAMPIRAN 8 TABEL R, T DAN F.....	150