



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS, HARGA, DAN KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN BERPINDAH MEREK
(STUDI PADA PENGGUNA HANDPHONE DI KECAMATAN BAE
KABUATEN KUDUS)**

Oleh :

PUJI ULIN NIAM

201111008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2016**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS, HARGA, DAN KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN BERPINDAH MEREK
(STUDI PADA PENGGUNA HANDPHONE DI KECAMATAN BAE
KABUATEK KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Pengudi Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus

Kudus, Agustus 2016

Ketua Program Studi

Noor Aziz, SE, MM

NIDN. 0609107501

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Drs. Mochamad Edris, MM

NIDN. 068066201

Pembimbing I

Drs. H. Masluri, MM

NIP.19541010 1980031 010

Pembimbing II

Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

NIP. 19800322 200512 002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Man Jadda, Wa Jada

Siapa yang bersungguh-sungguh pasti berhasil.



PERSEMBAHAN :

*Skripsi ini ku persembahkan untuk
Alm. Ibunda Tersayang, Bapak,
Adik Tersayang berserta seluruh
keluarga yang selalu
mengingatkanku. Kepada teman-
teman yang telah membantu dan
mendukungku selama ini.*

KATA PENGANTAR

Bismillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah serta rahmatannya kepada saya untuk dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul "**Pengaruh Citra Merek, Kualitas, Harga, Dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Berpindah Merek (Studi Pada Pengguna Handphone Di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus)**" dalam rangka sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1).

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak hanya kemampuan saya semata, namun juga berkat bantuan dari seluruh pihak. Maka pada kesempatan ini saya menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Mochamad Edris, MM, selaku dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Drs. H. Masluri, MM selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam menyusun skripsi ini.
3. Ibu Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
5. Karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak yang membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.

6. Masyarakat Kecamatan Bae Kabupaten Kudus yang telah berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian pada skripsi ini.
7. Orang tua serta keluarga yang selalu ku banggakan dan sayangi atas doa dan perjuangan kalianlah saya bisa seperti ini.
8. Pasukan Kodok Manajemen A atas semangat, celaan, dukungan serta doa yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis akan bersenang hati untuk memberikan kritik dan saran, semoga bermanfaat Amin.

Kudus, Agustus 2016

PUJI ULIN NIAM

201111008

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS, HARGA, DAN KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN BERPINDAH MEREK
(STUDI PADA PENGGUNA HANDPHONE DI KECAMATAN BAE
KABUATEN KUDUS)**

Puji Ulin Niam
201111008

Pembimbing 1 : Drs. H. Masluri, MM
2 : Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Keputusan berpindah merek adalah hal yang menarik untuk diteliti karena hal tersebut sedang marak terjadi dewasa ini. Perusahaan juga harus mengetahui alasan konsumen untuk berpindah merek. Terutama pada produk alat komunikasi yang akhir-akhir ini berkembang pesat. Masyarakat menganggap produk *handphone* sekarang ini merupakan produk yang sudah tidak mewah, sehingga konsumen untuk berpindah merek adalah hal yang biasa.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas, harga, dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan berpindah merek. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat kecamatan Bae kabupaten Kudus yang menggunakan *handphone* dengan sampel sebanyak 100 responden menggunakan teknik *nonprobability sampling*, metode *purposive* dan *accidental sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berpindah merek, kualitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berpindah merek, harga tidak berpengaruh terhadap keputusan berpindah merek, kebutuhan mencari variasi berpengaruh secara negative dan signifikan terhadap keputusan berpindah merek. Persusahaan terkait hendaknya meneliti tentang keinginan variasi yang dibutuhkan oleh konsumen agar konsumen menggunakan merek tersebut, serta menjaga nama baik merek dan kualitas produk.

Kata Kunci : citra merek, kualitas, harga, kebutuhan mencari variasi, dan keputusan berpindah merek

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, QUALITY, PRICE, AND THE
NEED TO FIND VARIATION ON BRAND SWITCHING DECISION
(STUDY ON THE COMMUNITY OF BAE KUDUS DISTRICT WHO USE
HANDPHONE)**

Puji Ulin Niam
201111008

Pembimbing 1 : Drs. H. Masluri, MM
2 : Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRACT

The brand switching decision is the thing which interest to be studied, cause that case is booming now. Companies should be know the reason of consumers why they do it. Especially on the handphone. A lot of people thinks that handphone is not luxury things anymore so that for consumers it is not unusual.

The purpose of this study is to analyze the influence of brand image, quality, price, and the need to find variation on brand switching decision. The population of this research is community of Bae Kudus district who uses handphone with sample member as many as 100 respondents uses nonprobability sampling, the purposive and accidental sampling method. Data analysis in this study uses multiple regression. The result showed that the brand image and quality are significantly and take positive effect on brand switching decision. The price has not significant on brand switching decision. The need for variation brings negative and significantly impact on brand switching decision. Related companies should be examine about the need to find variation of product which needed by consumers, so that consumers are still using that brand and maintain the quality and good name of the brand.

Keywords : brand image, quality, price, the need to find variation, brand switching decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	4
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Konsep Merek	7
2.2. Cintra Merek	13
2.2.1. Pengertian Citra.....	13
2.2.2. Pengertian Merek	15
2.2.3. Pengertian Citra Merek	23
2.2.4. Faktor Pembentuk Citra Merek.....	11
2.2.5. Indikator Citra Merek.....	13

2.3. Kualitas Produk	14
2.3.1. Pengertian Kualitas Produk	14
2.3.2. Faktor Kualitas Produk	15
2.3.3. Dimensi Kualitas Produk	16
2.3.3. Indikator Kualitas Produk	17
2.4. Harga	18
2.4.1. Pengertian Harga	18
2.4.2. Tujuan Penetapan Harga	19
2.4.3. Metode Penetapan Harga	20
2.4.4. Tingkat Harga	21
2.4.5. Indikator Harga	22
2.5. Kebutuhan Mencari Variasi	23
2.5.1. Pengertian Kebutuhan Mencari Variasi	23
2.5.2. Tujuan Perilaku Mencari Variasi	24
2.5.3. Jenis-jenis Kebutuhan Menurut Tingkatan	25
2.5.4. Indikator Kebutuhan Mencari Variasi	26
2.6. Berpindah Merek	26
2.6.1. Pengertian Berpindah Merek	26
2.6.1. Indikator Berpindah Merek	27
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu	28
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	30
2.9. Hipotesis	31
BAB III. METODE PENELITIAN	32
3.1. Rancangan Penelitian	32
3.2. Variabel Penelitian	32

3.2.1. Jenis Variabel	32
3.2.2. Definisi Operasional Variabel.....	32
3.3. Sumber Data dan Jenis Data	36
3.3.1. Sumber Data.....	36
3.3.2. Jenis Data	37
3.4. Populasi dan Sampel	38
3.4.1. Populasi	38
3.4.2. Sampel.....	38
3.5. Pengumpulan Data	39
3.6. Uji Instrumen Data.....	40
3.6.1. Uji Validitas	40
3.6.2. Uji Reliabilitas	40
3.7. Pengolahan Data.....	41
3.8. Analisis Data	42
3.8.1. Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.8.2. Uji Hipotesis Parsial.....	42
3.8.3. Uji Hipotesis Simultan	44
3.8.4. Analisis Koefisien Determinasi.....	45
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Gambaran Umum Kecamatan Bae.....	46
4.1.1. Keadaan Geografi Kecamatan Bae	46
4.1.2. Keadaan Demografi Kecamatan Bae	47
4.1.3. Pengguna Handphone di Kecamatan Bae	48
4.2. Penyajian Data	49
4.2.1. Identitas Responden	49

4.2.2. Uji Instrumen Data.....	51
4.3. Analisis Data	57
4.3.1. Analisis Regresi	57
4.3.2. Uji Hipotesis Parsial.....	59
4.3.3. Uji Hipotesis Simultan	61
4.3.4. Analisis Koefisien Determinasi.....	61
4.4. Pembahasan.....	63
BAB V. Kesimpulan dan Saran.....	70
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	21
4.1. Bidang Pekerjaan Utama Penduduk Kecamatan Bae.....	47
4.2. Analisis Deskriptif Jenis Kelamin Responden.....	49
4.3. Analisis Deskriptif Usia Responden	50
4.4. Analisis Deskriptif Pekerjaan Responden	51
4.5. Hasil Uji Validitas Data Citra Merek.....	52
4.6. Hasil Uji Validitas Data Kualitas.....	53
4.7. Hasil Uji Validitas Data Harga	54
4.8. Hasil Uji Validitas Data Kebutuhan Mencari Variasi.....	55
4.9. Hasil Uji Validitas Data Keputusan Berpindah Merek	55
4.10. Hasil Uji Reliabilitas Data	56
4.11. Regresi.....	57
4.12. Hasil Uji Hipotesis Parsial	59
4.13. Hasil Uji Hipotesis Simultan.....	61
4.14. Hasil Koefisien Determinasi	62
4.15. Indikator Variabel	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis		30
4.1. Aplikasi Kerangka Pemikiran Pengaruh Citra Merek, Kualitas, Harga, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Berpindah Merek <i>Handphone</i> di Masyarakat Kecamatan Bae Kabupaten Kudus		47

