

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, HARGA DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP PERPINDAHAN MEREK
KE PRODUK SMARTPHONE XIAOMI**

(Survei di Gerai Xiaomi ITC Cempaka Mas Jakarta)

SKRIPSI

OLEH:

**MAYA ROSINTA
21150000226**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 (S1) MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA**

2019

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, HARGA DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP PERPINDAHAN MEREK
KE PRODUK SMARTPHONE XIAOMI
(Survei di Gerai Xiaomi ITC Cempaka Mas Jakarta)**

SKRIPSI

OLEH:

**MAYA ROSINTA
21150000226**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 (S1) MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH ATRIBUT PRODUK, HARGA DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP PERPINDAHAN MEREK KE PRODUK SMARTPHONE XIAOMI

(Survei di Gerai Xiaomi ITC Cempaka Mas Jakarta)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 08 Oktober 2019



Maya Rosinta
NPM. 21150000226

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

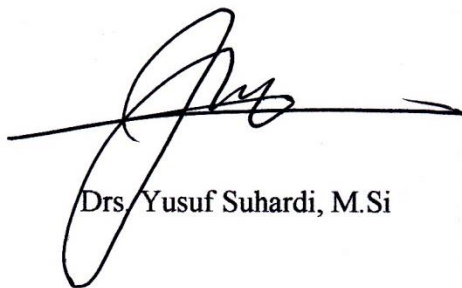
PENGARUH ATRIBUT PRODUK, HARGA DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP PERPINDAHAN MEREK KE PRODUK SMARTPHONE XIAOMI

(Survei di Gerai Xiaomi ITC Cempaka Mas Jakarta)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) dengan Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs. Yusuf Suhardi, M.Si dan diketahui oleh Kepala Program Studi Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).


Jakarta, 08 Oktober 2019

Menyetujui
Pembimbing



Drs. Yusuf Suhardi, M.Si

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc


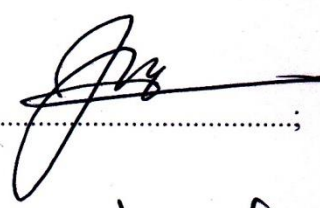
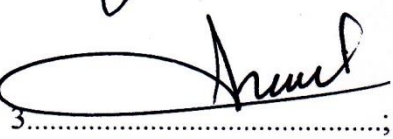
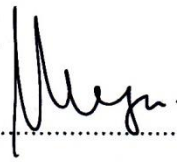
PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, HARGA DAN *VARIETY*
SEEKING TERHADAP PERPINDAHAN MEREK
KE PRODUK SMARTPHONE XIAOMI
(Survei di Gerai Xiaomi ITC Cempaka Mas Jakarta)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 17 September 2019 dengan nilai A-

Panitia Ujian Skripsi :

1. 
Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. 
Drs. Yusuf Suhardi, M.Si
(Pembimbing)
3. 
Drs. Sumitro, M.Sc
(Anggota Penguji)
4. 
Megayani, SE , MM
(Anggota penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Yusuf Suhardi, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc dan Ibu Megayani, SE , MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta
5. Segenap pegawai Gerai Xiaomi ITC Cempaka Mas yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti butuhkan.
6. Kedua orang tua tercinta, dan segenap keluarga yang telah banyak memberikan doa dan dukungan kepada peneliti baik secara moril maupun materil hingga skripsi ini dapat diselesaikan
7. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan semuanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 08 Oktober 2019

Maya Rosinta
NPM. 21150000226

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maya Rosinta
NPM : 21150000226
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, HARGA DAN VARIETY
SEEKING TERHADAP PERPINDAHAN MEREK
KE PRODUK SMARTPHONE XIAOMI
(Survei di Gerai Xiaomi ITC Cempaka Mas Jakarta)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 07 Oktober 2019

Yang menyatakan,

Maya Rosinta

Maya Rosinta
NPM. 2115000226
Program Studi S-I Manajemen

Dosen pembimbing :
Drs. Yusuf Suhardi, M.Si

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, HARGA DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP PERPINDAHAN MEREK KE PRODUK SMARTPHONE XIAOMI
(Survei di Gerai Xiaomi ITC Cempaka Mas Jakarta)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan, pengaruh atribut produk, harga dan *variety seeking* terhadap perpindahan merek ke produk smartphone merek Xiaomi.

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli Smartphone Xiaomi di Gerai Xiaomi ITC Cempaka Mas, sedangkan populasi sasarannya adalah konsumen yang melakukan pembelian Smartphone Xiaomi dan pernah menggunakan Smartphone merek lain. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 97 orang konsumen yang ditentukan dengan rumus MOE. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa 1) Atribut produk mempengaruhi keputusan konsumen melakukan perpindahan merek ke produk smartphone Xiaomi, 2) Harga mempengaruhi keputusan konsumen melakukan perpindahan merek ke produk smartphone Xiaomi, 3) *Variety seeking* mempengaruhi keputusan konsumen melakukan perpindahan merek ke produk smartphone Xiaomi, 4) Atribut produk, harga dan *variety seeking* secara simultan mempengaruhi keputusan konsumen melakukan perpindahan merek ke produk smartphone Xiaomi. Hal ini menjelaskan bahwa baik buruknya persepsi konsumen terhadap atribut produk, harga dan *variety seeking* akan meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan perpindahan merek ke produk smartphone Xiaomi.

***Kata kunci* : Atribut Produk, Harga, *Variety Seeking*, Perpindahan Merek**

Maya Rosinta
ID Number. 21150000226
Bachelor Program S-1 in Management

Dosen pembimbing :
Drs. Yusuf Suhardi, M.Si

**INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTE, PRICE AND VARIETY
SEEKING ON BRAND SWITCHING TO SMARTPHONE
XIAOMI PRODUCT
(Survey in Xiaomi ITC Jakarta Cempaka Mas Store)**

ABSTRACT

This study aims to find out to analyze partially and simultaneously, the influence of product attributes, price and variety seeking on brand switching to Xiaomi smartphone products.

The research strategy used in this study is the associative strategy. The general population in this study are all Xiaomi Smartphone buyers at the Xiaomi ITC Cempaka Mas Store, while the target population is consumers who make purchases of Xiaomi Smartphones and have used other brands of Smartphones. The sample used for this study were 97 consumers who were determined by the MOE formula. Data analysis techniques used are the validity and reliability test, the coefficient of determination analysis and hypothesis testing.

The results of the study concluded that 1) Product attributes influences consumer decisions to move brands to Xiaomi smartphone products, 2) Prices influences consumers 'decisions to switch brands to Xiaomi smartphone products, 3) Variety seeking influences consumers' decision to switch brands to Xiaomi smartphone products, 4) Product attributes, price and variety seeking simultaneously influence consumers' decision to switch brands to Xiaomi smartphone products. This explains that the good and bad consumers' perceptions of product attributes, price and variety seeking will increase the likelihood of consumers to switch brands to Xiaomi smartphone products.

Keyword : Product Attribute, Price, Variety Seeking, Brand Switching

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Pemasaran	12
2.2.2. Atribut Produk	14
2.2.3. Harga.....	16
2.2.4. <i>Variety Seeking</i>	17
2.2.4. Perpindahan Merek	19

2.3.	Keterkaitan antar Variabel Penelitian	21
2.3.1.	Pengaruh atribut produk terhadap perpindahan Merek	21
2.3.2.	Pengaruh harga terhadap perpindahan merek	21
2.3.3.	Pengaruh <i>variety seeking</i> terhadap perpindahan merek.....	22
2.4.	Pengembangan Hipotesis	22
2.5.	Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
BAB III	METODA PENELITIAN	24
3.1.	Strategi Penelitian	24
3.2.	Populasi dan Sampel.....	24
3.2.1.	Populasi penelitian	24
3.2.2.	Sampel penelitian.....	25
3.3.	Data dan Metoda Pengumpulan Data	26
3.4.	Operasionalisasi Variabel	27
3.5.	Metoda Analisis Data.....	28
3.5.1.	Pengolahan dan Penyajian Data.....	28
3.5.2.	Analisis Statistik Data.....	29
3.5.2.1.	Uji validitas dan reliabilitas instrumen	29
3.5.2.2.	Analisis Statistik Deskriptif.....	30
3.5.2.3.	Analisis Koefisien Determinasi (KD).....	30
3.5.2.4.	Pengujian Hipotesis	31
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	34
4.2.	Identitas Responden.....	35
4.3.	Uji Instrumen Penelitian	36
4.3.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Atribut Produk (X_1)	36
4.3.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga (X_2)..	36

4.3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Variety Seeking</i> (X_3)	37
4.3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perpindahan Merek (Y).....	38
4.4. Deskripsi Data.....	39
4.4.1. Variabel Atribut Produk (X_1).....	39
4.4.2. Variabel Harga (X_2)	39
4.4.3. Variabel <i>Variety Seeking</i> (X_3).....	40
4.4.4. Variabel Perpindahan Merek (Y).....	41
4.5. Analisis Statistik Data.....	42
4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi	42
4.5.2. Pengujian hipotesis	44
4.5.2.1 Pengujian parsial.....	45
4.5.2.2 Pengujian simultan.....	47
4.6. Temuan Hasil Penelitian.....	47
4.6.1. Pengaruh atribut produk terhadap perpindahan merek.....	47
4.6.2. Pengaruh harga terhadap perpindahan merek	48
4.6.3. Pengaruh <i>variety seeking</i> terhadap perpindahan merek.....	48
4.6.4. Pengaruh atribut produk, harga dan <i>variety seeking</i> terhadap perpindahan merek.....	49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1. Simpulan	50
5.2. Saran	51
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	51
DAFTAR REFERENSI	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Top Brand Smartphone	4
Tabel 3.1. Operasional Variabel	27
Tabel 4.1. Identitas Responden.....	35
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Atribut Produk (X_1)	36
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Harga (X_2).....	37
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas <i>Variety Seeking</i> (X_3)	37
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Perpindahan Merek (Y)	38
Tabel 4.6. Rekap Jawaban Kuesioner tentang Atribut Produk (X_1)	39
Tabel 4.7. Rekap Jawaban Kuesioner tentang Harga (X_2).....	40
Tabel 4.8. Rekap Jawaban Kuesioner tentang <i>Variety Seeking</i> (X_3).....	40
Tabel 4.9. Rekap Jawaban Kuesioner tentang Perpindahan Merek (Y)	41
Tabel 4.10. Koefisien Korelasi X_1 dengan Y.....	42
Tabel 4.11. Koefisien Korelasi X_2 dengan Y.....	43
Tabel 4.12. Koefisien Korelasi X_3 dengan Y.....	43
Tabel 4.13. Koefisien Determinasi X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y	44
Tabel 4.14. Hasil pengujian hipotesis	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Top Five Smartphone Vendors in Q4 2018 di Indonesia	3
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	23
Gambar 4.1. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Atribut Produk (X_1).....	39
Gambar 4.2. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Harga (X_2).....	40
Gambar 4.3. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel <i>Variety Seeking</i> (X_3)	41
Gambar 4.4. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Perpindahan Merek (Y).....	41

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	55
Lampiran 2. Identitas Responden.....	59
Lampiran 3. Coding Sheet Skor Jawaban Responden terhadap Kuesioner Variabel Atribut Produk (X_1)	62
Lampiran 4. Coding Sheet Skor Jawaban Responden terhadap Kuesioner Variabel Harga (X_2).....	64
Lampiran 5. Coding Sheet Skor Jawaban Responden terhadap Kuesioner Variabel <i>Variety Seeking</i> (X_3)	66
Lampiran 6. Coding Sheet Skor Jawaban Responden terhadap Kuesioner Variabel Perpindahan Merek (Y)	68
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Atribut Produk (X_1).....	70
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Harga (X_2).....	71
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel <i>Variety Seeking</i> (X_3).....	72
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Perpindahan Merek (Y)	73
Lampiran 11. Coding Sheet Skor Ganjil dan Skor Genap Kuesioner Variabel Atribut Produk (X_1).....	74
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Atribut Produk (X_1).....	76
Lampiran 13. Coding Sheet Skor Ganjil dan Skor Genap Kuesioner Variabel Harga (X_2).....	77
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Harga (X_2).....	79
Lampiran 15. Coding Sheet Skor Ganjil dan Skor Genap Kuesioner Variabel <i>Variety Seeking</i> (X_3).....	80
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel <i>Variety Seeking</i> (X_3).....	82
Lampiran 17. Coding Sheet Skor Ganjil dan Skor Genap Kuesioner Variabel Perpindahan Merek (Y).....	83
Lampiran 18. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Perpindahan Merek (Y)	85

Halaman

Lampiran 19.	Coding Sheet Skor Data Berpasangan Variabel Penelitian	86
Lampiran 20.	Hasil uji Parsial.....	88
Lampiran 21.	Hasil uji Berganda	89