

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, IKLAN, KELOMPOK ACUAN,
KEBUTUHAN Mencari VARIASI DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DARI
SMARTPHONE MEREK LAIN KE MEREK OPPO
(Studi pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Oppo di Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

INDAH INDRIANI

1702010067

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
TAHUN 2021**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, IKLAN, KELOMPOK ACUAN,
KEBUTUHAN Mencari VARIASI DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DARI
SMARTPHONE MEREK LAIN KE MEREK OPPO
(Studi pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Oppo di Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

INDAH INDRIANI

1702010067

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
TAHUN 2021**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, IKLAN, KELOMPOK ACUAN,
KEBUTUHAN Mencari Variasi dan *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DARI
SMARTPHONE MEREK LAIN KE MEREK OPPO
(Studi pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Oppo di Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

INDAH INDRIANI

1702010067

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. Agung Miftahuddin', is written over a horizontal line.

M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si

NIK. 2160159




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Indah Indriani
NIM : 1702010067
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Atribut Produk, Iklan, Kelompok Acuan, Kebutuhan Mencari Variasi, dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari *Smartphone* Merek Lain ke Merek Oppo (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Oppo di Kota Purwokerto)**

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si ()
Anggota 1 : Arini Hidayah, S.E., M.Si ()
Anggota 2 : Fatmah Bagis, S.E., M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 25 Januari 2021

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si.
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Indriani
NIM : 1702010067
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 25 Januari 2021

Yang membuat pernyataan



Indah Indriani

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

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Indriani
NIM : 1702010067
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, IKLAN, KELOMPOK ACUAN,
KEBUTUHAN Mencari VARIASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DARI *SMARTPHONE* MEREK
LAIN KE MEREK OPPO**

(Studi pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Oppo di Kota Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 25 Januari 2021
Yang menyatakan,



Indah Indriani

MOTTO

“Sungguh, janji Allah itu benar, maka janganlah kehidupan dunia memperdayakan kamu dan janganlah (setan) yang pandai menipu, memperdayakan kamu tentang Allah”

(Q.S Fathir: 5)

Bermimpi, niat, berusaha, dan berdoa

(Penulis)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan penuh kerendahan hati dan tetap semangat, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang sangat berjasa dan sangat penting bagi penulis.

Untuk kedua orang tuaku, Bapak Salikun dan Ibu Soliyah, terimakasih untuk doa, kasih sayang, perhatian, motivasi dan pengorbanan yang telah kalian berikan kepadaku.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan segala rahmat, karunia, dan petunjuk Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk, Iklan, Kelompok Acuan, Kebutuhan Mencari Variasi, dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari *Smartphone* Merek lain ke merek Oppo” ini dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan dan kontribusi berarti dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
3. Drs. Suyoto, S.E., M.Si, selaku ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;

4. M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
5. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku dosen penguji saya yang telah memberikan kritik serta saran dalam penulisan skripsi ini;
6. Fatmah Bagis, S.E., M.Si, selaku dosen penguji saya yang telah memberikan kritik serta saran dalam penulisan skripsi ini;
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan;
8. Kedua orang tua saya dan keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material, nonmaterial dan motivasi, sehingga dapat menyelesaikan studi sesuai dengan target dan rencana;
9. Alwi Salis yang selalu memberikan dukungan, bantuan, dan memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi;
10. Sahabat-sahabat saya “Idoy Squad” Desy Ayu Maghfiroh, Dyah Ayu Tri Ramadani, dan Antika Mudianti;
11. Sahabat-sahabat saya Mila, Winda, Laras, Anggi, Fayi, Fuad, Okti, Renis, dll yang telah membantu saya dalam membagikan kuesioner;
12. Teman-teman penulis Nuris, Tika, dan Windu yang memberi dukungan dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi;


13. Teman-teman Manajemen S1 angkatan 2017, khususnya Manajemen B dengan segala cerita dan yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama perkuliahan yang akan menjadi cerita di masa depan;
14. Responden yang telah meluangkan waktunya dan berkenan mengisi kuesioner penelitian saya;
15. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, namun telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung;

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 25 Januari 2021

Penulis



Indah Indriani

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, IKLAN, KELOMPOK ACUAN,
KEBUTUHAN Mencari VARIASI, DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DARI
SMARTPHONE MEREK LAIN KE MEREK OPPO
(Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Oppo di Kota Purwokerto)**

Indah Indriani¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email: indrianiindah641@gmail.com

M. Agung Miftahuddin²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email: muchammadagungm@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh atribut produk, iklan, kelompok acuan, kebutuhan mencari variasi, dan *word of mouth* terhadap keputusan perpindahan merek dari *smartphone* merek lain ke merek Oppo. Sampel penelitian ini adalah sebagian mahasiswa di Kota Purwokerto, yang berasal dari tiga perguruan tinggi di Kota Purwokerto yaitu Universitas Jenderal Soedirman, IAIN Purwokerto, dan Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang melakukan perpindahan merek ke *smartphone* Oppo yang berjumlah 114 mahasiswa dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan beberapa kriteria yang telah disyaratkan dan data diperoleh dari responden dengan instrumen penelitian menggunakan kuesioner. Metode data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel atribut produk, iklan, kelompok acuan, kebutuhan mencari variasi dan *word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan perpindahan merek. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa atribut produk tidak berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek, iklan tidak berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek, kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek, kebutuhan mencari variasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek, dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek.

Kata Kunci: Atribut Produk, Iklan, Kelompok Acuan, Kebutuhan Mencari Variasi, *Word Of Mouth*, Keputusan Perpindahan Merek

**THE EFFECT OF PRODUCT ATTRIBUTES, ADVERTISING, REFERENCE
GROUP, VARIETY SEEKING AND WORD OF MOUTH ON BRAND
SWITCHING FROM OTHER BRANDED SMARTPHONE
TO BRAND OPPO**
(Studies on Oppo Smartphone User Students in the City of Purwokerto)

Indah Indriani¹

Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email: indrianiindah641@gmail.com

M. Agung Miftahuddin²

Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email: muchammadagungm@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of product attributes, advertising, reference group, variety seeking, and word of mouth on brand switching from other branded smartphones to Oppo. The sample of this research consisted of 114 students in Purwokerto city, Universitas Jenderal Soedirman, IAIN Purwokerto, and Universitas Muhammadiyah Purwokerto, who have switched brands to Oppo smartphones. Using purposive sampling technique with several criteria and data obtained from respondents with research instrument using a questionnaires. The research used multiple linear regression analysis. The results showed that the variable product attribute, advertising, reference group, variety seeking and word of mouth had a simultaneous effect on brand switching. The results revealed that product attributes do not affect brand switching, advertising does not affect brand switching, reference group had a significant effect on brand switching, variety seeking had a significant effect on brand switching, and word of mouth had a significant effect on brand switching

Keyword: Product Attributes, Advertising, Reference Group, Variety Seeking, Word Of Mouth and Brand Switching

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	11
1. Perilaku Konsumen	11
2. Atribut Produk.....	15
3. Iklan.....	18
4. Kelompok Acuan	20
5. Kebutuhan Mencari Variasi	22
6. <i>Word Of Mouth</i>	24
7. Perpindahan Merek	28
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Pemikiran.....	37
D. Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Populasi dan sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel.....	43
C. Metode Pengumpulan Data.....	45
1. Jenis Data	45
D. Variabel Penelitian	46
1. Variabel dependen.....	46
2. Variabel independen	46
E. Definisi operasional dan pengukuran variabel	47

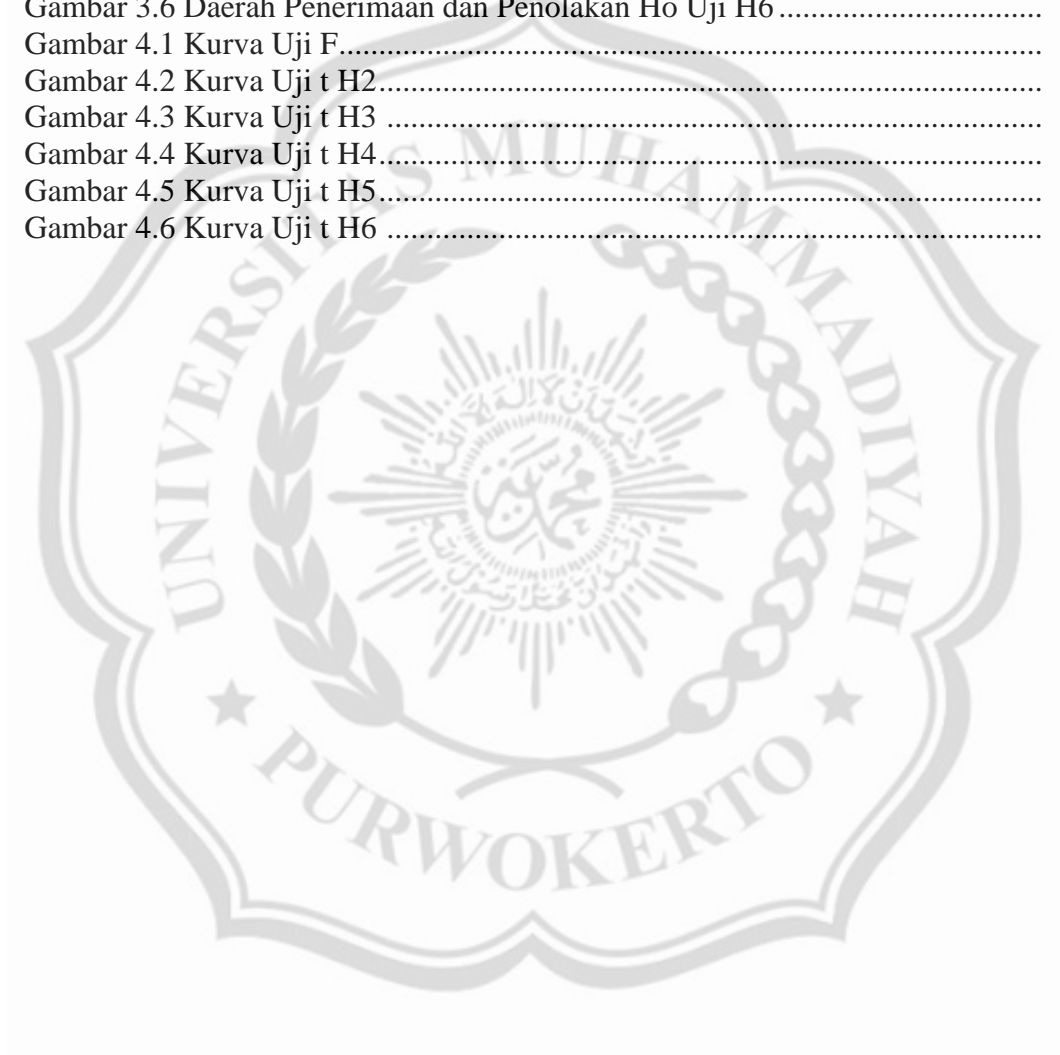
F. Metode Analisis Data.....	49
1. Uji Instrumen Penelitian	49
a. Uji Validitas	49
b. Uji Reliabilitas	49
2. Uji Asumsi Klasik.....	49
a. Uji Normalitas	50
b. Uji Multikolinearitas	50
c. Uji Heteroskedastisitas	51
3. Uji Analisis Data.....	51
a. Uji Regresi Linier Berganda	51
b. Uji Koefisien Determinasi	52
4. Uji Hipotesis	53
a. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	53
b. Uji Parsial (Uji t)	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	61
1. Sejarah Perusahaan <i>Smartphone</i> Oppo	61
B. Deskripsi Responden	62
1. <i>Response Rate</i>	62
2. Karakteristik Responden	64
a. Asal Perguruan Tinggi	64
b. Jenis Kelamin	65
c. Umur	65
d. Uang Saku/bulan	66
e. <i>Smartphone</i> yang pernah digunakan	67
f. Apakah pada saat ini menggunakan <i>smartphone</i> Oppo	68
g. Apakah menggunakan <i>smartphone</i> Oppo lebih dari 6 bulan	68
C. Analisis Data	69
1. Statistik Deskriptif	69
2. Uji Instrumen Penelitian	76
a. Uji Validitas	76
b. Uji Reliabilitas	79
3. Uji Asumsi Klasik	80
a. Uji Normalitas	80
b. Uji Multikolinearitas	81
c. Uji Heteroskedastisitas	82
4. Uji Analisis Data	83
a. Uji Regresi Linier Berganda	83
b. Uji Koefisien Determinasi	86
5. Uji Hipotesis	87
a. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	87
b. Uji Parsial (Uji t)	88
c. Rekapitulasi Hasil Penelitian	92
D. Pembahasan	94
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	100

B. Keterbatasan	100
C. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	107



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji H1	53
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji H2	56
Gambar 3.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji H3	57
Gambar 3.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji H4	58
Gambar 3.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji H5	59
Gambar 3.6 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji H6	60
Gambar 4.1 Kurva Uji F.....	88
Gambar 4.2 Kurva Uji t H2.....	89
Gambar 4.3 Kurva Uji t H3	90
Gambar 4.4 Kurva Uji t H4.....	91
Gambar 4.5 Kurva Uji t H5.....	91
Gambar 4.6 Kurva Uji t H6	92



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Market Share</i> Jenis <i>Smartphone</i>	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa di tiga Perguruan Tinggi di Kota Purwokerto	44
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 4.1 <i>Respons Rate</i>	63
Tabel 4.2 Asal Perguruan Tinggi	64
Tabel 4.3 Jenis Kelamin	65
Tabel 4.4 Umur	66
Tabel 4.5 Uang Saku/bulan	66
Tabel 4.6 <i>Smartphone</i> yang pernah digunakan	67
Tabel 4.7 Apakah Menggunakan <i>Smartphone</i> Oppo	68
Tabel 4.8 Apakah Menggunakan <i>Smartphone</i> lebih dari 6 bulan	69
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Atribut Prduk	70
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Iklan	71
Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kelompok Acuan	72
Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kebutuhan Mencari Variasi	73
Tabel 4.13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Word Of Mouth</i>	74
Tabel 4.14 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Perpindahan Merek ...	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Produk	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan.....	77
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel Kelompok Acuan	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel Kebutuhan Mencari Variasi	78
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	78
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Perpindahan Merek	79
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.22 Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	81
Tabel 4.23 Uji Multikolinearitas (TOL dan VIF)	82
Tabel 4.24 Uji Heteroskedastisitas	83
Tabel 4.25 Analisis Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.26 Hasil <i>Adjusted R Square</i>	86
Tabel 4.27 Hasil Uji F	88
Tabel 4.28 Hasil Uji t	89
Tabel 4.28 Rekapitulasi Hasil	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	108
Lampiran 2 Data Deskripsi Responden	114
Lampiran 3 Nilai Data Tabulasi	125
Lampiran 4 Hasil Statistik Deskriptif Analisis Responden	151
Lampiran 5 Statistik Deskriptif Variabel	154
Lampiran 6 Uji Instrumen Penelitian	156
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	160
Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi	162
Lampiran 9 r Table	164
Lampiran 10 F Tabel	165
Lampiran 11 t Tabel	166

