

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
PERPINDAHAN PRODUK *ICE CREAM*
MEREK LAIN KE MIXUE
(Studi pada Konsumen MIXUE di Purwokerto)**



SKRIPSI

MUHAMMAD FAUDZAN ROPIK

2002010098

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
MEI 2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
PERPINDAHAN PRODUK *ICE CREAM*
MEREK LAIN KE MIXUE**

(Studi pada Konsumen MIXUE di Purwokerto)



SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen S1

MUHAMMAD FAUDZAN ROPIK

2002010098

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
MEI 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
PERPINDAHAN PRODUK *ICE CREAM*
MEREK LAIN KE MIXUE**

(Studi pada Konsumen MIXUE di Purwokerto)

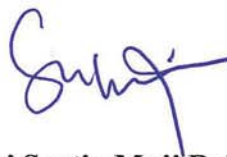


SKRIPSI

MUHAMMAD FAUDZAN ROPIK

2002010098

**Diperiksa dan Disetujui Oleh:
Pembimbing**



Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si.
NIK. 2160128

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Muhammad Faudzan Ropik
NIM : 2002010098
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 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, 2 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



Muhammad Faudzan Ropik

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh;

Nama : Muhammad Faudzan Ropik
NIM : 2002010098
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan *Word Of Mouth* Terhadap Perpindahan Merek *Ice Cream* Lain ke Mixue (Studi pada Konsumen MIXUE di Purwokerto)**

telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si.

Penguji 1 : Hengky Widhiandono S.E., M.Si., Ph.D

Penguji 2 : Totok Haryanto S.E., M.M.

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 2 Mei 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

MOTTO

”Segala hal yang nyata dan kau inginkan tetapi belum dapat kau raih adalah fiksi,
tetapi semua mimpi yang fiksi dan kau usahakan adalah nyata”

– Fredrik Ornata



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan penuh kerendahan hati, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Yang pertama kedua orang tua saya, Bapak Yulian Saeful Bahri dan Ibu Nia Kurnia Sari berterima kasih yang sebesar – besarnya karena selalu memberikan dukungan materil, memberikan semangat dan motivasi serta memberikan doa yang tiada hentinya untuk saya;
2. Terima kasih kepada adik-adik saya Abdul dan Salsa yang telah memberikan motivasi kepada saya;
3. Terima kasih juga kepada Putri Nur Azizah yang sudah mau berjuang bersama, saling membantu, dan saling support dalam mengerjakan tugas akhir;
4. Teman – teman seperjuangan penulis, Fandy, Diansis yang telah memberikan dukungan dan selalu membantu saya dalam menyelesaikan tugas skripsi ini;
5. Serta teman – teman satu Angkatan 2020 Manajemen FEB UMP. terima kasih telah berproses bersama dan yang telah berperan secara langsung di bangku kuliah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk emcapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
- 2) Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, M.Si. selaku Dekan FEB yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
- 3) Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
- 4) Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waku, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 5) Hengky Widhiandono S.E., M.Si., Ph.D, yang telah memberikan kritik, saran, berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana manajemen,
- 6) Totok Haryanto S.E., M.M., yang telah memberikan kritik, saran dan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana manajemen;
- 7) Tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada petugas Tata Usaha Manajemen S1;

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga karya ilmiah konversi ke skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 2 Mei 2024

Penulis



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

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

Nama : Muhammad Faudzan Ropik
NIM : 2002010098
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 KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK *ICE CREAM* LAIN KE *MIXUE*
(Studi pada Konsumen *MIXUE* di Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada. 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 : 2 Mei 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Faudzan Ropik

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	x
SKIRPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori	12
1. Perilaku Konsumen	12
2. Perpindahan Merek.....	15
3. Kualitas Produk	19
4. Persepsi Harga	20
5. Kebutuhan Mencari Variasi	23
6. <i>Word Of Mouth</i>	25
B. Hasil Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pemikiran.....	36
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Perpindahan Merek.....	37
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Perpindahan Merek.....	37
3. Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek.....	38
4. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Perpindahan Merek.....	39
D. Hipotesis.....	40

BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	42
C. Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data.....	44
D. Variabel Penelitian	44
E. Definisi Operasional.....	45
F. Metode Analisis Data	47
1. Statistik Deskriptif.....	47
2. Uji Intrumen Data.....	47
3. Uji Asumsi Klasik.....	48
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	50
5. Uji Kecocokan Model.....	51
6. Uji Hipotesis.....	52
BAB IV	57
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Hasil Penelitian	57
B. Uji Statistik Deskriptif.....	63
B. Pembahasan.....	91
BAB V.....	97
PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Keterbatasan Penelitian.....	98
C. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	105

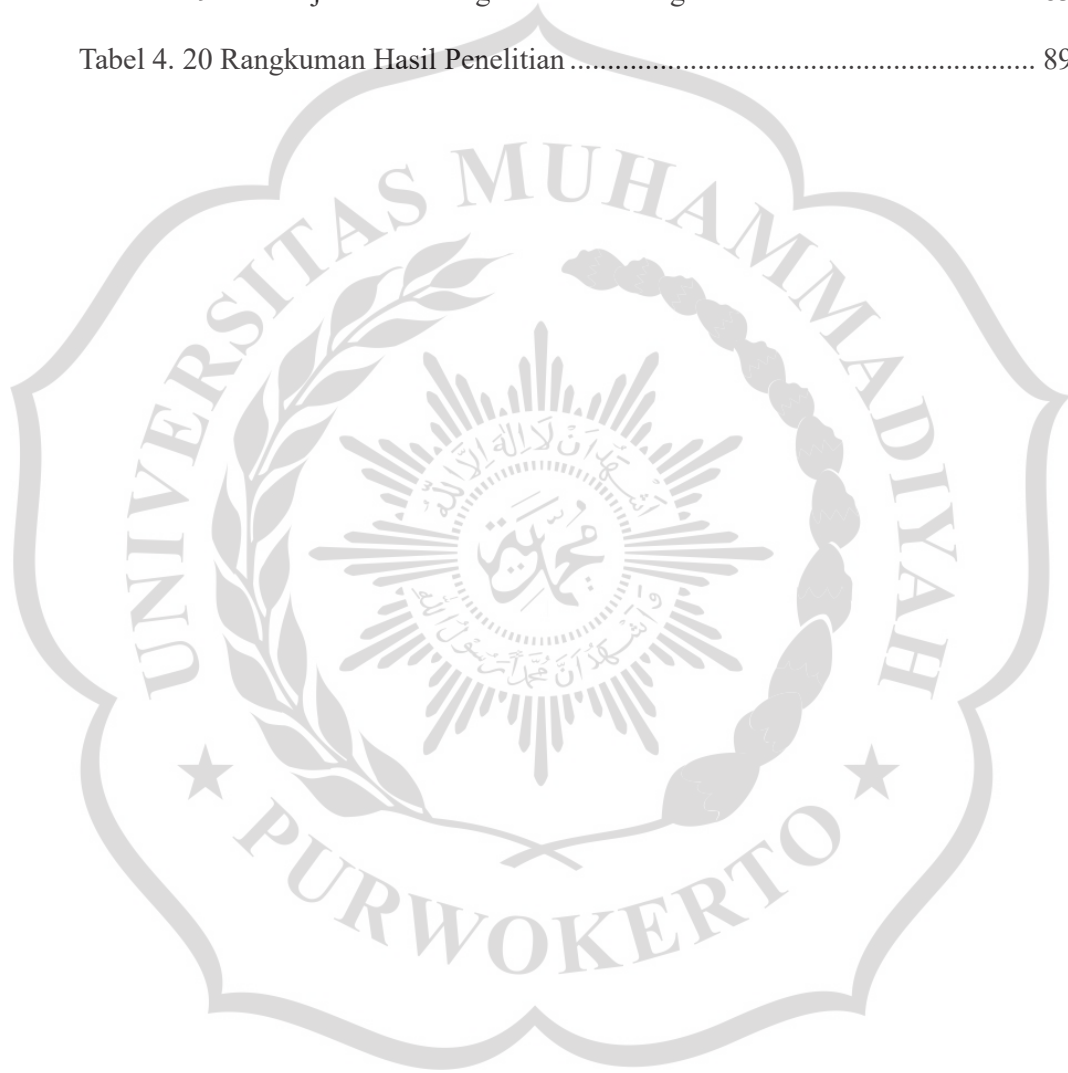
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Gerai Boba terbanyak di Asia Tenggara Tahun 2021	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 3. 1 Kurva Uji F Hipotesis	51
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Hipotesis Pertama	52
Gambar 3. 3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	53
Gambar 3. 4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	54
Gambar 3. 5 Kurva Uji t hipotesis Keempat	55
Gambar 4. 1 Kurva Uji F	83
Gambar 4. 2 Kurva Uji T Hipotesis Pertama	86
Gambar 4. 3 Kurva Uji T Hipotesis Kedua	87
Gambar 4. 4 Kurva Uji T Hipotesis Ketiga	88
Gambar 4. 5 Kurva Uji T Hipotesis Keempat	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Produk Mixue dengan Es Krim Lain.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	44
Tabel 4. 1 <i>Respons Rate</i>	59
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden.....	60
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk	62
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Persepsi Harga	64
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kebutuhan Mencari Variasi	67
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Word Of Mouth.....	68
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Perpindahan Merek.....	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	72
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	72
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kebutuhan Mencari Variasi	73
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Word Of Mouth.....	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Perpindahan Merek	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas.....	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78

Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	81
Tabel 4. 18 Hasil Uji F (Kecocokan Model).....	82
Tabel 4. 19 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
Tabel 4. 20 Rangkuman Hasil Penelitian	89



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK *ICE CREAM* LAIN KE MIXUE
(Studi pada Konsumen MIXUE di Purwokerto)**

Muhammad Faudzan Ropik¹, Tri Septin Muji Rahayu²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Email: ¹rofikmuhammad17@gmail.com, ²septinharyanto@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, kebutuhan mencari variasi dan *word of mouth* terhadap perpindahan merek pada Mixue di Purwokerto. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Mixue di Purwokerto. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *snowball sampling* dengan jumlah populasi 128 dengan ada beberapa kriteria yang telah ditentukan. Kriteria tersebut seperti konsumen sudah pernah melakukan perpindahan merek lebih dari 1 kali. Hasil pada analisis regresi menunjukkan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek, persepsi harga tidak berpengaruh terhadap perpindahan merek, kebutuhan mencari variasi berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek, dan *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek.

Kata kunci: kualitas produk, persepsi harga, kebutuhan mencari variasi, *word of mouth*, perpindahan merek

**THE IMPACT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, VARIETY SEEKING, AND WORD OF MOUTH ON THE SWITCHING OF OTHER ICE CREAM BRANDS TO MIXUE
(Study on MIXUE Consumers in Purwokerto)**

Muhammad Faudzan Ropik¹, Tri Septin Muji Rahayu²

^{1,2} Faculty of Economics and Business

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Email: ¹rofikmuhammad17@gmail.com, ²septinharyanto@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of product quality, price perception, need to seek variety and word of mouth on brand switching at Mixue in Purwokerto. The population of this research is Mixue consumers in Purwokerto. The sampling method used was snowball sampling with a population of 128 with several predetermined criteria. These criteria include consumers having made a brand switch more than once. The results of the regression analysis show that product quality has a significant effect on brand switching, price perception has no effect on brand switching, the need to seek variety has a significant effect on brand switching, and word of mouth has a significant effect on brand switching.

Keywords: *Product quality, price perception, variety seeking, word of mouth, brand switching*