

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN
KEBUTUHAN MENCARI VARIASI TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK (*BRAND SWITCHING*) DARI
DUNKIN' DONUTS KE J.CO DONUTS & COFFEE
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana
Menteng, Jakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Tira Elwiansyah Lubis

NIM : 431142120117

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

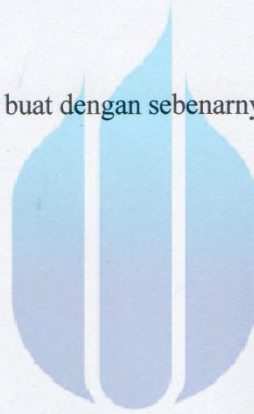
Nama : Tira Elwiansyah Lubis

NIM : 43112120117

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Jakarta, 01 Januari 2017



Tira Elwiansyah Lubis

NIM : 43112120117

UNIVERSIT
MERCU BUANA

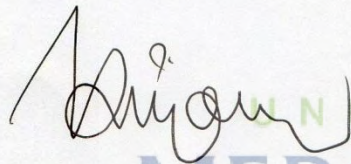
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tira Elwiansyah Lubis
NIM : 43112120117
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek (*Brand Switching*)
Tanggal Lulus Ujian : 21 Februari 2017

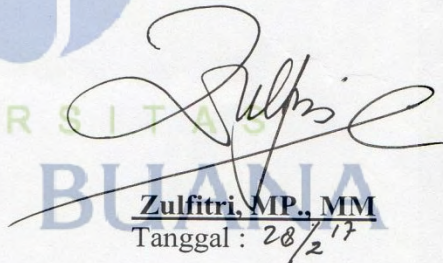
Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,



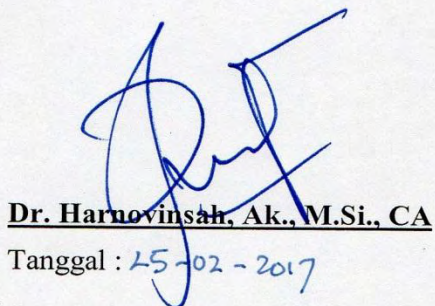
Privono, SE., ME
Tanggal : 25-02-2017



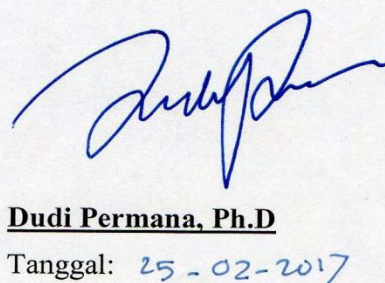
Zulfitri, MP., MM
Tanggal : 28/2/17

Dekan,

Ketua Program Studi S1
Manajemen,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA
Tanggal : 25-02-2017



Dudi Permana, Ph.D
Tanggal : 25-02-2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Dari Dunkin’ Donuts ke J.CO Donuts & Coffee”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Priyono, S.E., ME., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana

2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M. Si., CA selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kepada keluargaku di Medan, Nenek, Ibu dan adik-adik tercinta yang tak hentinya selalu mendoakan.
6. Buat semua sahabat-sahabat (Ary Agustia Malichah, Septian Hidayat, Lindy Karlina, Hamba Allah Team dan Successful Marketing Team) terima kasih untuk kebersamaanya selama 4 tahun ini. Buat Ranthie Dwinta Oetari, Desy Natalia Sitorus dan Joko Siswanto terima kasih untuk bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada semua responden dan segenap pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu dalam kesempatan terbatas ini saya ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 01 Januari 2017

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	10
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Pengertian Pemasaran	13
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	14
3. Pengertian Perpindahan Merek.....	15
4. Pengertian Harga.....	16
5. Pengertian Kualitas Produk.....	18
6. Pengertian Kebutuhan Mencari Variasi	17

7. Rerangka Konseptual dan Hipotesis.....	23
7.1 Pengaruh Harga Terhadap Perpindahan Merek.....	23
7.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Perpindahan Merek	24
7.3 Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek	25
B. Rerangka Pemikiran	30
C. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Waktu dan Tempat Penelitian	32
B. Desain Penelitian	32
C. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	33
D. Definisi Operasional Variabel	34
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel.....	40
F. Metode Analisis	41
1. Statistik Deskriptif	41
2. Pengujian Instrumen	41
a. Uji Validitas	42
b. Uji Reliabilitas	43
3. Uji Asumsi Klasik	44
a. Uji Normalitas	44

b. Uji Multikolonieritas	45
c. Uji Heteroskedastisitas	47
4. Persamaan Regresi Linear Berganda	48
5. Pengujian Ketepatan Model	49
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
b. Uji F (Uji Model).....	49
c. Uji Hipotesis (Uji T)	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Perusahaan	52
1. Profil Perusahaan Dunkin' Donuts.....	52
2. Visi dan Misi Dunkin' Donuts	54
3. Profil Perusahaan J.CO Donuts & Coffe	55
4. Visi dan Misi J.CO Donuts & Coffee	58
5. Karakteristik Responden	59
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	60
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Pekerjaan	62
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	63
C. Hasil Pengujian Instrumen.....	64
1. Hasil Uji Validitas	65
a. Uji Validitas Variabel Harga	65

b. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	66
c. Uji Validitas Variabel Kebutuhan Mencari Variasi.....	68
d. Uji Validitas Variabel Perpindahan Merek	69
2. Hasil Uji Reliabilitas	70
D. Uji Asumsi Klasik	72
1. Hasil Uji Normalitas.....	72
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	73
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75
E. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	76
F. Uji Ketepatan Model.....	78
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	78
2. Uji Model (Uji F).....	79
3. Uji Hipotesis (Uji T).....	80
G. Pembahasan Hasil Penelitian	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Perbandingan Dunkin' Donuts dan J.CO Donuts & Coffee.....	4
Tabel 1.2	Data Perbandingan Penjualan Dunkin' Donuts dan J.CO Donuts & Coffee	6
Tabel 1.3	Hasil Kuesioner Perbandingan Dunkin' Donuts dan J. CO Donuts & Coffee	7
Tabel 1.4	Top Brand Dunkin' Donuts dan J.CO Donuts & Coffee	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Variabel, Dimensi, Indikator dari Harga, Kualitas Produk & Kebutuhan Mencari Variasi	37
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Pekerjaan	62
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif	63
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Harga	65
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	66
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Kebutuhan Mencari Variasi	68
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel Perpindahan Merek	69
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4.12	Analisis Regresi Linier Berganda	76
Tabel 4.13	Koefisien Determinasi.....	78
Tabel 4.14	Hasil Uji Statistik F.....	79
Tabel 4.15	Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T).....	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Dimensi Perilaku Mencari Variasi	23
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 <i>Normal Probability Plot</i>	73
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2	Data Responden, Hasil Kuesioner.....	95
Lampiran 3	Output Statistik Deskriptif.....	98
Lampiran 4	Pengujian Instrumen – Reliabel X1.....	100
	Pengujian Instrumen – Reliabel X2.....	101
	Pengujian Instrumen – Reliabel X3.....	103
	Pengujian Instrumen – Reliabel Y.....	104
Lampiran 5	Pengujian Asumsi Klasik Normalitas.....	107
	Pengujian Asumsi Klasik Multikolinearitas.....	110
	Pengujian Asumsi Klasik Heteroskedastisitas.....	111
Lampiran 6	R Tabel.....	112
Lampiran 7	F Tabel.....	113
Lampiran 8	T Tabel.....	114





UNIVERSITAS
MERCU BUANA