

**PENGARUH PERILAKU Mencari Variasi, Iklan  
Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Perpindahan Merek  
(Studi pada Bakmi Mewah Rasa)**

**SKRIPSI**

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

**Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : ISMAIL**

**NIM : 43113110185**

**Program Studi Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2017**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ismail  
NIM : 43113110185  
Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila 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.

MERCU BUANA

Jakarta, 28 Agustus 2017



Ismail

NIM : 43113110185

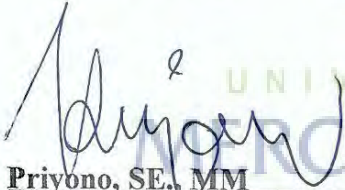
## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

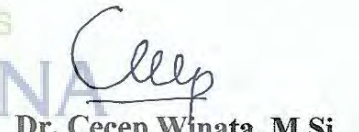
Nama : Ismail  
NIM : 43113110185  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Mencari Variasi, Iklan, Dan Citra Merek Terhadap  
Keputusan Perpindahan Merek (Studi pada Bakmi Mewah Rasa)  
Tanggal Lulus Ujian : 24 Agustus 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing,


Ketua Penguji


  
Priyono, SE., MM  
Tanggal : 28 Agustus 2017

  
Dr. Cecep Winata, M.Si  
Tanggal : 28 Agustus 2017

Dekan,

Ketua Program Studi  
S1 Manajemen,

  
Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA  
Tanggal : 28 Agustus 2017

  
Dudi Permana, Ph.D  
Tanggal : 28 Agustus 2017

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Perilaku Mencari Variasi, Iklan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Studi pada Bakmi Mewah Rasa)”**. 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 pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Priyono SE.,MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat 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 ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dr. Dudi Permana MM., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua orang tua tercinta dan ketiga kakak penulis yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

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 mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 28 Agustus 2017

Ismail

## DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	10
1. Tujuan Penelitian .....	10
2. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS. 11	
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Perilaku Konsumen .....	11
2. Keputusan Pembelian.....	12
a. Faktor Budaya .....	13

b.	Faktor Sosial.....	13
c.	Faktor Pribadi.....	14
3.	Perpindahan Merek .....	15
a.	Pengertian Perpindahan Merek .....	15
b.	Tingkat Perpindahan Merek.....	16
c.	Dimensi Perpindahan Merek.....	17
4.	Perilaku Mencari Variasi.....	17
a.	Pengertian Perilaku Mencari Variasi .....	17
b.	Dimensi Perilaku Mencari Variasi.....	18
5.	Iklan.....	19
a.	Pengertian Iklan .....	19
b.	Tujuan Iklan .....	19
c.	Dimensi Iklan.....	24
6.	Citra Merek.....	26
a.	Pengertian Citra Merek .....	26
b.	Dimensi Citra Merek.....	27
7.	Kajian Riset Terdahulu .....	29
8.	Rerangka Konseptual .....	34
9.	Pengembangan Hipotesis .....	35
a.	Hubungan Perilaku Mencari Variasi dan Perpindahan Merek.....	35
b.	Hubungan Iklan dan Perpindahan Merek.....	35
c.	Hubungan Iklan dan Citra Merek.....	37

d. Hubungan Citra Merek dan Perpindahan Merek .....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	39
B. Desain Penelitian.....	39
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	40
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Metode Analisis Data.....	46
1. Statistik Deskriptif .....	46
2. Statistik Inferensial.....	46
a. Model Spesifikasi dengan PLS .....	47
b. Evaluasi Model.....	49
c. Model Pengukuran atau Outer Model .....	50
d. Model Struktural atau Inner Model.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	54
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	54
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	54
2. Kegiatan Usaha serta jenis produk yang dihasilkan.....	54
3. Struktur Organisasi Perseroan.....	55
4. Struktur Kepemilikan Saham .....	57
5. Informasi mengenai Pemegang Saham Utama .....	57
6. Nama Entitas Anak .....	57



7. Struktur Group PT. Mayora Indah Tbk.....	58
8. Hubungan Afiliasi .....	58
B. Statistik Deskriptif .....	59
1. Karakteristik Responden .....	59
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	63
C. Hasil Analisis PLS .....	65
1. Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	66
2. Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	72
a. <i>Goodness of Fit</i> .....	72
b. Uji Hipotesis.....	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	79
A. Simpulan .....	79
B. Saran.....	80
1. Bagi Perusahaan.....	80
2. Bagi Penelitian Mendatang .....	81

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tren Konsumsi Mi Instan Dunia Dalam Juta Bungkus .....	2
Tabel 1.2 Top 10 Belanja Iklan 2015 (Tv & Print).....	5
Tabel 3.1 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	42
Tabel 4.1 Merek Dagang Produk-Produk PT. Mayora Indah Tbk.....	54
Tabel 4.2 Produk-Produk Hasil Inovasi PT. Mayora Indah Tbk. ....	55
Tabel 4.3 Struktur Kepemilikan Saham PT. Mayora Indah Tbk. ....	57
Tabel 4.4 Hubungan Afiliasi antara Dewan Komisaris, Direksi dan Pemegang Saham PT. Mayora Indah Tbk.....	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden.....	60
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel.....	63
Tabel 4.7 <i>Outer Loadings</i> .....	66
Tabel 4.8 <i>Construct Reliability And Validity</i> .....	67
Tabel 4.9 <i>Cross Loading</i> .....	69
Tabel 4.10 <i>Fornell-Lacker Criterion</i> .....	70
Tabel 4.11 <i>Construct Reliability and Validity</i> Setelah Re-estimasi.....	71
Tabel 4.12 <i>R-square</i> .....	72
Tabel 4.13 <i>Path Coefficients</i> .....	73
Tabel 4.14 <i>Indirect Effects</i> .....	74

## DAFTAR GAMBAR

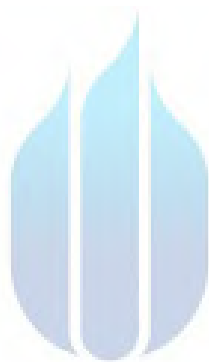
	Halaman
Gambar 1.1 Top Brand Mi Instan Di Indonesia (Top Brand Awards, 2016) .....	3
Gambar 1.2 Perbandingan Bakmi Mewah Dan Indomie Real Meat (mix.co.id, 2016)....	6
Gambar 1.3 Perbandingan Bakmi Mewah Dan Indomie Real Meat (mix.co.id, 2016)....	6
Gambar 1.4 Perbandingan Bakmi Mewah Dan Indomie Real Meat (mix.co.id, 2016)....	7
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual .....	34
Gambar 2.2 Hierarki Efek Iklan (Shimp, 2014:166).....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Mayora Indah Tbk. ....	56
Gambar 4.2 Struktur Group PT. Mayora Indah Tbk.....	58
Gambar 4.3 Hasil Re-estimasi <i>PLS Algorithm</i> .....	68

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	87
Lampiran 2 Rekapitulasi Data Kuisisioner Jawaban Responden Variabel Perilaku Mencari Variasi .....	92
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Kuisisioner Jawaban Responden Variabel Iklan .....	95
Lampiran 4 Rekapitulasi Data Kuisisioner Jawaban Responden Variabel Citra Merek .	98
Lampiran 5 Rekapitulasi Data Kuisisioner Jawaban Responden Variabel Keputusan Perpindahan Merek.....	101
Lampiran 6 Hasil <i>PLS Algorithm</i> .....	104
Lampiran 7 Hasil <i>Bootstrapping</i> .....	106

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA