

**ANALISIS PENGARUH VARIETY SEEKING, IKLAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP BRAND SWITCHING KONSUMEN ROKOK
MEREK LAIN KE MEREK ROKOK RED BOLD
(STUDI KASUS DI DESA NAMBAK KECAMATAN BUNGKAL
KABUPATEN PONOROGO)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk menyusun skripsi
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : AHMAD FAUZI

NIM : 13413220

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Variety Seeking, Iklan dan Kualitas Produk terhadap Brand Switching konsumen rokok merek lain ke merek rokok Red Bold.(STUDI KASUS DI DESA NAMBAK KECAMATAN BUNGKAL KABUPATEN PONOROGO)

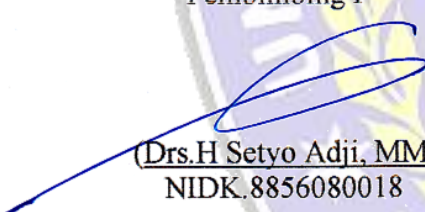
Nama : Ahmad Fauzi
NIM : 13413220
Program Studi : Manajemen

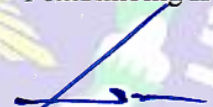
Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo,

Pembimbing I


Pembimbing II

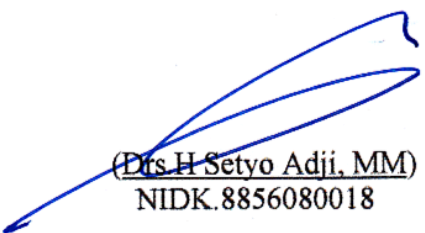

(Drs.H Setyo Adji, MM)
NIDK.8856080018



(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)
NIDN. 0008057601

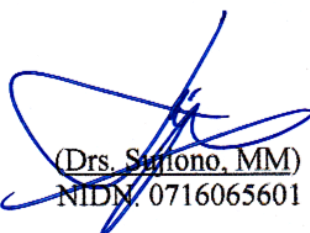
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


(Titi Rapini, SE, MM)
NIDN. 0005056301


(Drs.H Setyo Adji, MM)
NIDK.8856080018


(Titi Rapini, SE, MM)
NIDN. 0005056301


(Drs. Sutono, MM)
NIDN. 0716065601

ABSTRAK

PEMASARAN adalah suatu ilmu atau cara melakukan kegiatan yang meliputi system jual beli mulai dari harga, barang, promosi, penawaran serta pendistribusian barang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Tujuan PEMASARAN adalah untuk mengenal dan memahami setiap karakter pelanggan sedemikian rupa sehingga barang atau jasa yang dijual sesuai dengan keinginan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *variety seeking*, iklan dan kualitas produk terhadap *brand switching* konsumen rokok merek lain ke merek Red Bold di Desa Nambak Kecamatan Bungkal Kabupaten Ponorogo.

Pengambilan sampel di dalam penelitian ini sebesar 100 responden dari seluruh populasi konsumen rokok yang berpindah merek dari merek lain ke merek rokok Red Bold di Desa Nambak. Hasil analisis uji regresi linear berganda yang ada pada penelitian menunjukkan bahwa :

Adanya pengaruh positif dan signifikan antara *variety seeking* terhadap *brand switching* yang dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t table atau ($6.507 > 1.660$). Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Iklan terhadap *brand switching* yang dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t table atau ($3.339 < 1.660$). Adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap *brand switching* yang dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t table atau ($4.461 >$

1.660). Dari hasil analisis uji regresi linear berganda variable *variety seeking* merupakan variable yang paling dominan di antara ketiga variable tersebut ($6.507 > 3.339 < 4461$). Sehingga dapat dikatakan secara bersama-sama bahwa *variety seeking*, iklan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand switching*.

Kata kunci : Variety seeking, Iklan dan Kualitas Produk, Brand Switching.



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 19 - Agustus - 2018



(Ahmad Fauzi)

NIM. 13413220

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Analisis Pengaruh Variety Seeking, Iklan dan Kualitas Produk terhadap Brand Swiching Konsumen Rokok Merek Lain ke Rokok Merek Red Bold ”(**Studi Kasus di Desa Nambak Kecamatan Bungkal Kabupaten Ponorogo**)” dengan baik. Skripsi disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam penulisan skripsi ini ditemui beberapa kesulitan, namun berkat bantuan, motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, tidak berlebihan dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Ibu Titi Rapini ,SE, MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak H.Setyo Adji, SE, MM. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan senantiasa memberikan pengarahan, bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Hadi Sumarsono, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan senantiasa memberikan pengarahan, bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dra.Umi Farida, MM, selaku wali yang telah memberikan pengarahan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini.
7. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi
8. Sahabat-sahabat terbaik di fakultas ekonomi. Terima kasih untuk semua doa, semangat, serta segala bantuan dan masukan kalian yang telah mendukung dalam pembuatan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen Prosus 2013 dan seluruh teman-teman Manajemen prosus angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
10. Bapak dan Ibu staf pengajar, staf tata usaha, dan staf perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah banyak membantu penulis.
11. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan dan keterbatasan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk

memperbaiki pada masa yang akan datang. Namun, penulis berharap semoga skripsi ini dapat ikut memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Ponorogo, 19 Agustus 2018

Penulis

Ahmad Fauzi)
NIM. 13413220





MOTTO

Mulailah Dari Tempatmu Berada.

Gunakan Yang Kau Punya.

Lakukan Yang Kau Bisa.

Arthur Ashe



DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	ii
Abstrak	iii
Penyimpangan tidak menyimpang kode etik penelitian	v
Kata Pengantar	vi
Motto	x
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar	xvii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.1.1 Tujuan Penelitian	6
1.1.2 Manfaat Penelitian	6
1.4 Sistematika Penulisan	7
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	9

2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2 Bauran Pemasaran(<i>Marketing Mix</i>).....	10
2.1.3 <i>variety Seeking</i>	13
2.1.4 Iklan	15
2.1.5 Kualitas Produk	21
2.1.6 <i>Brand Switching</i>	24
2.1.7 Pengertian Konsumen	27
2.1.8 Perilaku Konsumen	27
2.1.8.1 Jenis – jenis Perilaku Konsumen.....	28
2.1.8.2 Proses Pembentukan Perilaku Konsume ..	30
2.2 Keterkaitan antar variable.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.4 Hipotesis	41
2.5 Penelitian Terdahulu.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	43
3.2 Variable Penelitian.....	43
3.3 Populasi dan Sampel.....	44
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	45

3.5.1	Kuisisioner	45
3.6	Divinisi Operasional	46
3.6.1	<i>Brand Switching</i>	46
3.6.2	<i>Variety Seeking</i>	47
3.6.3	Iklan.....	47
3.6.4	Kualitas Produk.....	47
3.7	Metode Analisis Data	48
3.7.1	Metode Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3.7.2	Uji Hipotesis.....	49
3.7.3	Analisis Koefisien Data Determinasi (R ²).....	49
BAB IV	HASIL PEMBAHASAN	50
4.1	Gambaran Umum wilayah penelitian	50
4.1.1	Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Nambak.....	51
4.2	Gambaran Umum Responden.....	59
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2.2	Responden Berdasarkan Umur.....	59
4.2.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
4.2.4	Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	61
4.2.5	Data Responden Berdasarkan Lama Merokok.....	62
4.3	Diskripsi Data Penelian	63
4.3.1	<i>variety Seeking</i>	64

4.3.2 Iklan.....	67
4.3.3 Kualitas Produk	70
4.3.4 Brand Switching	73
4.4 Uji Instrumen	75
4.4.1 Uji Validitas	75
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	77
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	79
4.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	81
4.7 Uji t (Uji Parsial)	83
4.8 Uji F (Uji Serempak)	85
4.9 Hasil	86
4.10 Pembahasan	89
4.10.1 Pengaruh Variety Seeking Terhadap Brand Switching	90
4.10.2 Pengaruh Iklan Terhadap Brand Switching	90
4.10.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Switching	90
BAB V PENUTUP	92
5.1 KESIMPULAN.....	92
5.2 SARAN.....	93

5.2.1 Bagi Perusahaan93

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Table 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	60
Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	
Terakhir	61
Table 4.4 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	62
Table 4.5 Data Responden Berdasarkan Lama Merokok	63
Table 4.6 Tabel Variety Seeking	65
Table 4.7 Tabel Iklan	68
Table 4.8 Kualitas Produk.....	70
Table 4.9 Brand switching	74
Table 4.10 Hasil Pengujian Validitas.....	76
Table 4.11 Hasil Pengujian Koefisien Reliabilitas	78
Table 4.12 Analisis Regresi Linear Berganda	79
Table 4.13 Nilai Koefisien Determinasi	82
Table 4.14 Uji F (serempak)	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....40

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Nambak.....51

