

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KELOMPOK ACUAN DAN KEBUTUHAN  
MENCARI VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MERK  
PADA *SMARTPHONE* SAMSUNG BAGI MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
PONOROGO**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Adi Prabowo  
NIM : 17414357  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2021**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KELOMPOK ACUAN DAN KEBUTUHAN  
MENCARI VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MERK  
PADA *SMARTPHONE* SAMSUNG BAGI MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
PONOROGO**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Adi Prabowo  
NIM : 17414357  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Word Of Mouth*, Kelompok Acuan Dan  
Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan  
Perpindahan Merek Pada *Smartphone* Samsung Bagi  
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Adi Prabowo

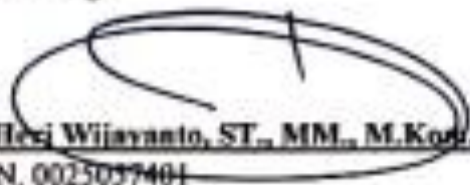
NIM : 17414357

Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 15 Oktober 1998

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna  
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



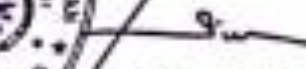
Dr. Hevi Wijayanto, ST., MM., M.Kom.  
NIDN. 0025057401

Ponorogo, 28 April 2021  
Pembimbing II



Edi Santoso, SE., MM  
NIDN. 0711037401

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi



Hadi Sumarsono, SE., M.Si  
NIK. 19760508 200501 11

Dosen Penguji I



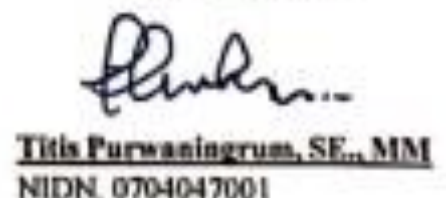
Dr. Hevi Wijayanto, ST.,  
MM., M.Kom.  
NIDN. 0025057401

Dosen Penguji II'



Nengsi Kristiyana, SE., MM  
NIDN. 0721117501

Dosen Penguji III



Titia Purwaningrum, SE., MM  
NIDN. 0704047001

## RINGKASAN

### PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KELOMPOK ACUAN DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MERK PADA *SMARTPHONE* SAMSUNG BAGI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

Adi Prabowo

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

#### ABSTRAK

Perusahaan teknologi yang berkembang di Indonesia saat ini sangat memberikan dampak bagi kehidupan. Dilihat dari teknologi yang semakin berkembang dan canggih khususnya pada *smartphone* memberikan kemudahan dalam menyelesaikan berbagai aktivitas dan pekerjaan, sehingga membuat persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat dan membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba menciptakan sebuah produk yang unggul dan diterima oleh banyak masyarakat.

Penelitian ini menjelaskan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perpindahan merk pada *smartphone* Samsung bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah secara parsial *word of mouth*, kelompok acuan dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merk dan untuk mengetahui secara simultan dari ketiga variabel terhadap keputusan perpindahan merk. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data primer. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling* dan teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner secara *online* berupa pernyataan tertulis guna memperoleh keterangan dari responden. Untuk mengetahui kevalidan dan kereliabelan dari kuesioner dilakukan pengujian berupa uji validitas dengan *pearson correlation* dan uji reliabilitas dengan *cronbach alpha*. Sedangkan analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji T (parsial), uji F (simultan) dan koefisien determinasi  $R^2$ . Hasil penelitian ini menunjukkan pertama, variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merk dengan nilai  $t_{hitung} (2,158) > t_{tabel} (1,985)$  dan nilai sig.  $0,033 < 0,05$ . Kedua, variabel kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merk dengan nilai  $t_{hitung} (3,232) > t_{tabel} (1,985)$  dan nilai sig.  $0,002 < 0,05$ . Ketiga, variabel kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merk dengan nilai  $t_{hitung} (5,465) > t_{tabel} (1,985)$  dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ . Keempat, variabel *word of mouth*, kelompok acuan dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh simultan terhadap keputusan perpindahan merk dengan nilai  $F_{hitung} (30,349) > F_{tabel} ()$  dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci** : *word of mouth*, kelompok acuan, kebutuhan mencari variasi, keputusan peprindahan merk



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayah-Nya, dengan segala kemampuan dan kesungguhan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Word Of Mouth*, Kelompok Acuan Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merk Pada *Smartphone* Samsung Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Ponorogo”**, untuk memenuhi tugas dan melengkapai syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo tanpa halangan suatu apapun.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan lancar dan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan serta do'a dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Keluarga tercinta, khususnya kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, bimbingan dan motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan sampai terselesaikannya skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristyana, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

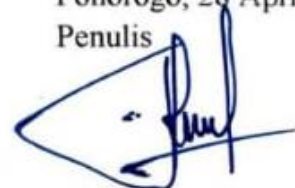
5. Bapak Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu serta tenaga dalam membimbing penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Edi Santoso, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah banyak meluangkan waktu serta tenaga dengan memebrikan masukan yang sangat berguna dalam membimbing penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah memberikan banyak pelajaran, bimbingan dan ilmunya selama perkuliahan ini.
8. Saudari Zulma TNF yang telah banyak memberikan bantuan, dukungan dan semangat dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
9. Dan rekan seperjuangan Manajemen A Angkatan 2017 beserta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dan bantuan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini dimasa mendatang.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Ponorogo, 28 April 2021

Penulis



**Adi Prabowo**

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR**  
**KODE ETIK PENULISAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu 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, 28 April 2021



**METERAI  
TEMPEL**  
DBB95AJX334204841

**Adi Prabowo**

NIM. 17414357

## DAFTAR ISI

|  |     |
|--|-----|
| HALAMAN PENGESAHAN .....                             | i   |
| RINGKASAN .....                                      | ii  |
| KATA PENGANTAR .....                                 | iii |
| PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN ..... | v   |
| DAFTAR ISI.....                                      | vi  |
| DAFTAR TABEL.....                                    | ix  |
| DAFTAR GAMBAR.....                                   | x   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                 | xi  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                               | 1   |
| A. Latar Belakang.....                               | 1   |
| B. Rumusan Masalah.....                              | 5   |
| C. Tujuan Penelitian .....                           | 6   |
| D. Manfaat Penelitian .....                          | 7   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                        | 9   |
| A. Landasan Teori .....                              | 9   |
| 1. Manajemen Pemasaran .....                         | 9   |
| 2. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....    | 11  |
| 3. Perilaku Konsumen .....                           | 14  |
| 4. <i>Word of Mouth</i> .....                        | 18  |
| 5. Kelompok Acuan.....                               | 20  |
| 6. Kebutuhan Mencari Variasi.....                    | 22  |
| 7. Perpindahan Merk .....                            | 25  |
| B. Penelitian Terdahulu .....                        | 28  |
| C. Kerangka Konseptual.....                          | 30  |



|   |           |
|---|-----------|
| D. Hipotesis .....                                  | 31        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>          | <b>34</b> |
| A. Ruang Lingkup Penelitian .....                   | 34        |
| B. Populasi dan Sampel Penelitian .....             | 34        |
| C. Jenis Data .....                                 | 36        |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....                    | 36        |
| E. Definisi Operasional Variabel .....              | 39        |
| F. Metode Analisis Data .....                       | 40        |
| 1. Uji Instrumen .....                              | 40        |
| 2. Uji Asumsi Klasik .....                          | 41        |
| 3. Alat Analisis Data .....                         | 44        |
| 4. Pengujian Hipotesis .....                        | 45        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>47</b> |
| A. Hasil Penelitian .....                           | 47        |
| 1. Profil Perusahaan Samsung .....                  | 47        |
| 2. Deskripsi Identitas Responden .....              | 48        |
| 3. Deskripsi Variabel Penelitian .....              | 50        |
| 4. Hasil Uji Instrumen .....                        | 54        |
| 5. Hasil Uji Asumsi Klasik .....                    | 56        |
| 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....     | 60        |
| 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....      | 63        |
| 8. Hasil Uji T (Uji Parsial) .....                  | 64        |
| 9. Hasil Uji F (Uji Simultan) .....                 | 65        |

|  |    |
|--|----|
| B. Pembahasan .....  | 67 |
| 1. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (X1) Terhadap Keputusan Perpindahan Merk (Y) 67   |    |
| 2. Pengaruh Kelompok Acuan (X2) Terhadap Keputusan Perpindahan Merk (Y) 69   |    |
| 3. Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi (X3) Terhadap Keputusan Perpindahan Merk (Y) .....   | 70 |
| 4. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (X1), Kelompok Acuan (X2) dan Kebutuhan Mencari Variasi (X3) Terhadap Keputusan Perpindahan Merk (Y)..... | 72 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....   | 75 |
| A. Kesimpulan .....  | 75 |
| B. Saran .....   | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA .....   | 80 |
| LAMPIRAN.....  | 82 |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....   | 28 |
| Tabel 2 Skala Likert.....  | 37 |
| Tabel 3 Definisi Operasional Variabel .....                                  | 39 |
| Tabel 4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                  | 49 |
| Tabel 5 Identitas Responden Berdasarkan Jangka Waktu Pemakaian .....         | 49 |
| Tabel 6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Word of Mouth</i> .....     | 50 |
| Tabel 7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kelompok Acuan.....            | 51 |
| Tabel 8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kebutuhan Mencari Variasi..... | 52 |
| Tabel 9 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Perpindahan Merk .....         | 53 |
| Tabel 10 Hasil Pengujian Validitas .....                                     | 55 |
| Tabel 11 Hasil Pengujian Reliabilitas.....                                   | 56 |
| Tabel 12 Hasil Pengujian Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i> .....          | 57 |
| Tabel 13 Hasil Pengujian Multikolinearitas .....                             | 58 |
| Tabel 14 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....                           | 59 |
| Tabel 15 Model Summary .....   | 60 |
| Tabel 16 Coefficients.....   | 60 |
| Tabel 17 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi $R^2$ .....                   | 63 |
| Tabel 18 Hasil Uji T (Parsial).....  | 64 |
| Tabel 19 Hasil Uji F (Simultan) .....  | 66 |

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual..... 30





## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....                   | 83  |
| Lampiran 2 Data Tabulasi Kuesioner .....                | 89  |
| Lampiran 3 Hasil Uji Validitas & Uji Reliabilitas ..... | 94  |
| Lampiran 4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda ..... | 100 |
| Lampiran 5 Tabel R, Tabel T & Tabel F .....             | 101 |

