

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
PERPINDAHAN MEREK KONSUMEN KLINIK KECANTIKAN DI
YOGYAKARTA**

*ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCE OF BRAND SWITCHING
CONSUMER BEHAVIOR IN BEAUTY CLINIC IN YOGYAKARTA*

SKRIPSI



Disusun oleh:

Erina Anggraeni
20130410515

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
PERPINDAHAN MEREK KONSUMEN KLINIK KECANTIKAN DI
YOGYAKARTA**

*ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCE OF BRAND SWITCHING
CONSUMER BEHAVIOR IN BEAUTY CLINIC IN YOGYAKARTA*

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

Erina Anggraeni
20130410515

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
PERPINDAHAN MEREK KONSUMEN KLINIK KECANTIKAN DI
YOGYAKARTA

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCE OF BRAND SWITCHING
CONSUMER BEHAVIOR IN BEAUTY CLINIC IN YOGYAKARTA



Diajukan oleh

Erina Anggraeni
20130410515

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Sutrisno Wibowo', is written over the text 'Pembimbing'.

(Sutrisno Wibowo, SE., MM)
NIK. 19690801199303143030

Tanggal: Senin, 21 Oktober 2019


SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
PERPINDAHAN MEREK KONSUMEN KLINIK KECANTIKAN DI
YOGYAKARTA


ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCE OF BRAND SWITCHING
CONSUMER BEHAVIOR IN BEAUTY CLINIC IN YOGYAKARTA


Diajukan oleh

Erina Anggraeni
20130410515

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 15 Februari 2020
Yang terdiri dari


Indah Fatmawati, Dr., M.Si.
NIK : 19690816199303143029
Ketua Tim Penguji


Misbahul Anwar, SE., M.Si.
NIK:19670916199202143014
Anggota Tim Penguji


Sutrisno Wibowo, SE., MM.
NIK:19690801199303143030
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Kaprosdi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D.
NIP : 196304071991032001

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Erina Anggraeni
Nomor mahasiswa : 20130410515

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Perpindahan Merek Konsumen Klinik Kecantikan di Yogyakarta**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya orang atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Orang yang paling dicintai Allah Azza Wa Jalla adalah yang paling bermanfaat bagi sesama manusia.”

(Majmu'ad Az-Zawaaaid wa Manii'u Al-Fawaaaid juz 8 hlm.121)

*“Berangkat dengan penuh keyakinan,
Berjalan dengan penuh keikhlasan,
Istiqomah dalam menghadapi cobaan.”*

“There are four very important words in life :

Love, honesty, Truth, and respect.

Without these in my lie, I have nothing”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Allah yang Maha Esa dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu ,dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada :

Allah SWT ,hanya karena izin dan karuniaNya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai.

Bapak dan ibu saya yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling khusuk selain doa yang terucap dari orang tua.

Adik saya Bagas Dwika Nanda yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan doanya untuk keberhasilan ini.

Dosen pembimbing dan pengajar yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktu untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tak ternilai harganya agar saya menjadi lebih baik.

Sahabat tersayang Syaila, Ami, Titin, Rara, Salsa, Didi, Binti, Sita, Fahmi dan teman-teman lainnya yang tidak bisa kusebutkan satu persatu, terimakasih untuk semangat ,dukungan dan doa yang kalian berikan padaku. Terimakasih atas canda tawa ,tangis dan perjuangan yang kita lewati bersama. Love you!

Terimakasih untuk semuanya ,akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk semua orang yang saya sayangi dan semoga skripsi ini bermanfaat.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk, iklan produk pesaing dan perilaku mencari variasi terhadap perilaku perpindahan merek. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu perpindahan merek, sedangkan variabel independennya yaitu kualitas produk, iklan produk pesaing, dan perilaku mencari variasi. Populasi penelitian ini adalah wanita di Yogyakarta. Teknik pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 127 responden. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan uji determinasi (R^2), uji F, dan Uji t. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas produk, iklan produk pesaing, dan perilaku mencari variasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan merek. kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan merek, iklan produk pesaing berpengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan merek dan perilaku mencari variasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan merek.

Kata Kunci: kualitas produk, iklan produk pesaing, perilaku mencari variasi dan perilaku perpindahan merek

ABSTRACT

This research is aimed to examine empirically the influence of product quality, competitors' product ads, and variety seeking to the brand switching behavior,. The dependent variable of this research is brand switching behavior, meanwhile the independent variables are product quality, competitors' product ads and variety seeking. The population is female consumers in Yogyakarta. The sample collection technique has been done by using purposive sampling with a total of 127 respondent. The analysis instrument has been carried out by using multiple linear regressions with coefficient determination (R^2), the F test and t-test. Based on the result of the research, it has been found that there is product quality, competitors' product ads and variety seeking which gives significant influence to the brand switching behavior simultaeously and partially.

Keywords: product quality, competitors' product ads, variety seeking, and brand switching behavior

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Perpindahan Merek Konsumen Klinik Kecantikan di Yogyakarta**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, Ph.D., M.Sc., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati, PA., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen telah memberikan petunjuk, bimbingan, kemudahan dan kesabaran yang luar biasa selama penulis menyelesaikan studi.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.

Yogyakarta, Oktober 2019

Erina Anggraeni

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUANiii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
C. Penurunan Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
D. Model Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.

- A. Objek dan Subjek Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- B. Jenis Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- C. Teknik Pengambilan Sampel **Error! Bookmark not defined.**
- D. Teknik Pengumpulan Data **Error! Bookmark not defined.**
- E. Definisi Operasional Variabel **Error! Bookmark not defined.**
- F. Uji Kualitas Instrumen **Error! Bookmark not defined.**
- G. Analisis Data dan Uji Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **Error! Bookmark not defined.**

- A. Gambaran Umum Obyek Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- B. Karakteristik Responden **Error! Bookmark not defined.**
- C. Analisis Statistik Deskriptif **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Iklan Produk Pesaing **Error! Bookmark not defined.**
 - 3. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Mencari Variasi **Error! Bookmark not defined.**
 - 4. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Perpindahan Merek **Error! Bookmark not defined.**
- D. Uji Kualitas Instrumen **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Uji Validitas **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Uji Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**
- E. Analisis Data dan Uji Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Uji F (Simultan) **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Uji t (Parsial) **Error! Bookmark not defined.**

3.	Uji Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
F.	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		Error! Bookmark not defined.
A.	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B.	Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C.	Saran	Error! Bookmark not defined.
	Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	16
	Lampiran 2. Deskripsi Karakteristik Responden	21
	Lampiran 3. Uji Kualitas Instrumen	23
	Lampiran 4. Analisis Statistik Deskriptif.....	27
	Lampiran 5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	29

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.2 Top Brand Klinik Kecantikan 2016 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran 1 Bulan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.5 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Iklan Produk Pesaing **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Mencari Variasi **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan) **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.14 Analisis Koefisien Determinasi**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian	24
------------------------------------	----

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PERPINDAHAN MEREK KONSUMEN KLINIK KECANTIKAN DI YOGYAKARTA

Responden yang terhormat,

Sebelumnya peneliti mengucapkan terima kasih atas kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini yang di desain khusus untuk penelitian skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Perpindahan MerekKonsumen Klinik Kecantikan di Yogyakarta**” dalam rangka syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Tidak ada penilaian benar atau salah dalam pengumpulan data ini sehingga peneliti mengharapakan tidak ada jawaban yang dikosongkan. Jawaban Anda akan diperlakukan dengan standar profesionalitas dan etika penelitian. Oleh karena itu, peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas Anda. Semua jawaban Anda akan dirahasiakan dan dipakai semata-mata hanya untuk keperluan penelitian ini.

Atas waktu dan partisipasinya, peneliti mengucapkan banyak terima kasih.

Peneliti,

Erina Anggraeni

BAGIAN 1: Screening

Apakah Anda pernah menggunakan layanan klinik kecantikan di Yogyakarta?

- a. Ya b. Tidak

Jika **Ya**, silahkan lanjut ke pernyataan berikut. Jika **tidak**, STOP sampai di sini dan terima kasih.

Apakah Anda pernah melakukan perpindahan merek klinik kecantikan?

- a. Ya b. Tidak

Jika **Ya**, silahkan lanjut ke pernyataan berikut. Jika **tidak**, STOP sampai di sini dan terima kasih.

BAGIAN 2: Data Responden *(hanya untuk kepentingan penelitian)*

Berilah tanda (X) pada data berikut ini:

1. Usia

a. 18-29 tahun	c. 40-50 tahun
b. 30-39 tahun	d. > 50 tahun
2. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Pendidikan terakhir:

a. SMA/SMK sederajat	d. S2
b. Diploma/Akademi/Sekola	e. S3
c. S1	
4. Pekerjaan:

a. Pelajar / mahasiswa	d. Wiraswasta
b. Pegawai Negeri	e. Ibu Rumah Tangga
c. Pegawai Swasta	f. Lainnya: _____
5. Pengeluaran rata-rata per bulan:

a. Rp. < 1 juta	d. Rp. 5- < 10 juta
b. Rp. 1 - < 2juta	e. Rp. > 10 juta
c. Rp. 2 - < 5 juta	

BAGIAN 3: (*Pertanyaan Utama*)

1. Merek klinik kecantikan apa yang Anda sering gunakan sekarang?
Sebutkan:.....
2. Merek Klinik Kecantikan apa yang Anda gunakan sebelumnya?
Sebutkan:.....

Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda silang (X) pada kolom yang merupakan jawaban yang mewakili Anda.

Semakin besar angka atau semakin ke kanan jawaban yang Anda pilih menunjukkan bahwa Anda semakin setuju dengan pernyataan yang diberikan

Kualitas Produk

Pernyataan-pernyataan berikut ini akan mengukur pendapat Anda mengenai kualitas produk dari klinik kecantikan di Yogyakarta

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Klinik Kecantikan yang saya gunakan sekarang lebih mengerti kebutuhan saya					
2	Klinik Kecantikan yang saya gunakan sekarang memiliki fitur yang sesuai dengan karakter saya					
3	Klinik Kecantikan yang saya gunakan sekarang dapat diandalkan					
4	Klinik Kecantikan yang saya gunakan sebelumnya memiliki daya tahan produk yang lebih buruk dari produk klinik kecantikan yang saya gunakan sekarang					
5	Klinik kecantikan yang saya gunakan sebelumnya memiliki pelayanan yang lebih buruk dari klinik kecantikan yang saya gunakan sekarang					
6	Klinik kecantikan yang saya gunakan sebelumnya memiliki desain tempat yang tidak menarik					
7	Klinik kecantikan yang saya gunakan sebelumnya memiliki layanan yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang saya perlukan					
8	Saya merasa klinik kecantikan yang saya gunakan sebelumnya memiliki layanan yang buruk					

Iklan Produk Pesaing

Pernyataan-pernyataan berikut ini akan mengukur pendapat Anda mengenai iklan produk pesaing dari klinik kecantikan di Yogyakarta

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
9	Klinik kecantikan yang saya gunakan sekarang memiliki iklan yang menarik					
10	Saya mendapat informasi dari orang lain untuk mengganti merek klinik kecantikan					
11	Saya lebih sering melihat iklan klinik kecantikan yang tidak saya gunakan					

Variety Seeking

Pernyataan-pernyataan berikut ini akan mengukur pendapat Anda mengenai perilaku mencari variasi pada klinik kecantikan di Yogyakarta

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
12	Saya senang mencoba-coba berbagai macam klinik kecantikan yang ada di Yogyakarta					
13	Klinik kecantikan yang saya gunakan sebelumnya tidak memiliki banyak pilihan layanan kecantikan					
14	Saya merasakan layanan yang lebih baik dari klinik kecantikan yang saya gunakan sekarang					

Perpindahan Merek

Pernyataan-pernyataan berikut ini akan mengukur pendapat Anda mengenai perilaku perpindahan merek pada klinik kecantikan di Yogyakarta

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
15	Saya ingin berpindah ke klinik kecantikan yang lain					
16	Saya tidak ingin menggunakan lagi produk dari klinik kecantikan sebelumnya					

17	Saya ingin berhenti dari layanan klinik kecantikan sebelumnya					
----	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2. Deskripsi Karakteristik Responden

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 22 tahun	105	59,7	59,7	59,7
	23 - 27 tahun	58	33,0	33,0	92,6
	28 - 32 tahun	8	4,5	4,5	97,2
	33 - 37 tahun	5	2,8	2,8	100,0
	Total	176	100,0	100,0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK/Sederajat	75	42,6	42,6	42,6
	Diploma/Akademi/Sederajat	30	17,0	17,0	59,7
	S1	68	38,6	38,6	98,3
	S2	3	1,7	1,7	100,0
	Total	176	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	88	50,0	50,0	50,0
	Pegawai Swasta	44	25,0	25,0	75,0
	Wiraswasta	20	11,4	11,4	86,4
	Ibu Rumah Tangga	8	4,5	4,5	90,9
	Lainnya	16	9,1	9,1	100,0
	Total	176	100,0	100,0	

Pengeluaran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp. < 1 juta	12	6,8	6,8	6,8
	Rp. 1 - < 2juta	48	27,3	27,3	34,1
	Rp. 2 - < 5 juta	90	51,1	51,1	85,2
	Rp. 5- < 10 juta	25	14,2	14,2	99,4
	Rp. > 10 juta	1	,6	,6	100,0
	Total	176	100,0	100,0	

Lampiran 3. Uji Kualitas Instrumen

Uji Validitas Kualitas Produk

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	Kualitas Produk
KP1	Pearson Correlation	1	.609**	.665**	.531**	.291	.147	.509**	.234	.666**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.118	.439	.004	.214	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.609**	1	.528**	.349	.368*	.284	.402*	.310	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.059	.046	.128	.028	.096	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.665**	.528**	1	.648**	.521**	.282	.691**	.421*	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.003	.131	.000	.021	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	.531**	.349	.648**	1	.321	.462*	.757**	.468**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.003	.059	.000		.083	.010	.000	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	.291	.368*	.521**	.321	1	.568**	.545**	.446*	.711**
	Sig. (2-tailed)	.118	.046	.003	.083		.001	.002	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP6	Pearson Correlation	.147	.284	.282	.462*	.588**	1	.491**	.555**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.439	.128	.131	.010	.001		.006	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP7	Pearson Correlation	.509**	.402*	.691**	.757**	.545**	.491**	1	.610**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.004	.028	.000	.000	.002	.006		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP8	Pearson Correlation	.234	.310	.421*	.468**	.446*	.555**	.610**	1	.701**
	Sig. (2-tailed)	.214	.096	.021	.009	.014	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.666**	.632**	.809**	.783**	.711**	.667**	.863**	.701**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	8

Uji Validitas Iklan Produk Pesaing

		Correlations			
		IP1	IP2	IP3	Iklan Produk Pesaing
IP1	Pearson Correlation	1	.215	.575**	.783**
	Sig. (2-tailed)		.255	.001	.000
	N	30	30	30	30
IP2	Pearson Correlation	.215	1	.268	.662**
	Sig. (2-tailed)	.255		.153	.000
	N	30	30	30	30
IP3	Pearson Correlation	.575**	.268	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.001	.153		.000
	N	30	30	30	30
Iklan Produk Pesaing	Pearson Correlation	.783**	.662**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Iklan Produk Pesaing

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.619	3

Uji Validitas Perilaku Mencari Variasi

		Correlations			
		MV1	MV2	MV3	Perilaku Mencari Variasi
MV1	Pearson Correlation	1	.722**	.320	.884**
	Sig. (2-tailed)		.000	.085	.000
	N	30	30	30	30
MV2	Pearson Correlation	.722**	1	.433*	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000		.017	.000
	N	30	30	30	30
MV3	Pearson Correlation	.320	.433*	1	.631**
	Sig. (2-tailed)	.085	.017		.000
	N	30	30	30	30
Perilaku Mencari Variasi	Pearson Correlation	.884**	.906**	.631**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Perilaku Mencari Variasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.748	3

Uji Validitas Perilaku Perpindahan Merek

		Correlations			
		PM1	PM2	PM3	Perpindahan Merek
PM1	Pearson Correlation	1	.728**	.807**	.916**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
PM2	Pearson Correlation	.728**	1	.792**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
PM3	Pearson Correlation	.807**	.792**	1	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
Perpindahan Merek	Pearson Correlation	.916**	.910**	.941**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Perilaku Perpindahan Merek

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.912	3

Lampiran 4. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP1	176	1	5	2,31	,942
KP2	176	1	4	2,11	,827
KP3	176	1	5	2,12	,892
KP4	176	1	5	2,07	,995
KP5	176	1	4	2,22	,843
KP6	176	1	4	2,32	,687
KP7	176	1	5	2,42	,865
KP8	176	1	5	2,63	1,169
Kualitas Produk	176	12	31	18,21	4,695
Valid N (listwise)	176				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IP1	176	2	5	3,95	,727
IP2	176	2	5	3,70	,681
IP3	176	1	5	4,20	,733
Iklan Pesaing	176	8	15	11,85	1,192
Valid N (listwise)	176				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MV1	176	1	5	3,61	,931
MV2	176	2	5	3,67	,796
MV3	176	2	5	4,10	,757
Perilaku Mencari Variasi	176	5	15	11,39	2,124
Valid N (listwise)	176				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PM1	176	2	5	3,97	,663
PM2	176	1	5	3,93	,730
PM3	176	1	5	3,99	,529
Perpindahan Merek	176	2	5	3,97	,461
Valid N (listwise)	176				

Lampiran 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,496 ^a	,246	,233	,403

a. Predictors: (Constant), Perilaku Mencari Variasi, Kualitas Produk, Iklan Pesaing

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,132	3	3,044	18,701	,000 ^b
	Residual	27,997	172	,163		
	Total	37,129	175			

a. Dependent Variable: Perpindahan Merek

b. Predictors: (Constant), Perilaku Mencari Variasi, Kualitas Produk, Iklan Pesaing

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,149	,363		5,916	,000
	Kualitas Produk	-,019	,007	-,196	-2,895	,004
	Iklan Pesaing	,144	,026	,372	5,481	,000
	Perilaku Mencari Variasi	,041	,015	,188	2,799	,006

a. Dependent Variable: Perpindahan Merek