



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,  
DAN HARGA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK  
(Studi Pada Konsumen Produk Lipstik Wardah  
Di Wilayah Perkotaan Jember)**

*THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PRICE  
ON BRAND SWITCHING  
(Study at Consumer of Wardah Lipstick Product in Urban Areas of Jember)*

**SKRIPSI**

Oleh :

**Arinita Febrianti Wahyudi**  
NIM. 100810201051

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2014**



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,  
DAN HARGA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK  
(Studi Pada Konsumen Produk Lipstik Wardah  
Di Wilayah Perkotaan Jember)**

*THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PRICE  
ON BRAND SWITCHING  
(Study at Consumer of Wardah Lipstick Product in Urban Areas of Jember)*

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

**Arinita Febrianti Wahyudi**  
**NIM. 100810201051**

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2014**

**KEMENTRIAN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER–FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Arinita Febrianti Wahyudi  
NIM : 100810201051  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap  
Perpindahan Merek (Studi Pada Konsumen Produk Lipstik Di  
Wilayah Perkotaan Jember)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 06 Mei 2014  
Yang menyatakan,

Arinita Febrianti Wahyudi  
NIM. 100810201051

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS DAN  
HARGA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK  
(Studi Pada Konsumen Produk Lipstik Wardah Di Wilayah  
Perkotaan Jember)

Nama Mahasiswa : Arinita Febrianti Wahyudi

NIM : 100810201051

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 12 Mei 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Bambang Irawan, M.Si  
NIP. 19610317 198802 1 001

H.N. Ari Subagio, SE, M.Si.  
NIP. 19731109 200003 1 002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si.  
NIP. 19620802 199002 1 001

## **JUDUL SKRIPSI**

### **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK**

(Studi Pada Konsumen Produk Lipstik Wardah di Wilayah Perkotaan Jember)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama Mahasiswa** : **Arinita Febrianti Wahyudi**

**NIM** : **100810201051**

**Jurusan** : **Manajemen**

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

**22 Mei 2014**

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

### **SUSUNAN TIM PENGUJI**

Ketua : Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si : (.....)  
NIP. 19730908 200003 2 001

Sekretaris : H.N Ari Subagio, SE, M.Si : (.....)  
NIP. 19731109 200003 1 002

Anggota : Dr. Bambang Irawan, M.Si : (.....)  
NIP. 19610317 198802 1 001



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember,

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si  
NIP. 19630614 199002 1 001

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku, Bunda Tutus Lastiyana, S.Sos dan Ayah Joko Wahyudi, SE, M.Si tercinta dan tersayang;
2. Untuk adik-adikku tersayang, Bella Amalia Wahyudi dan Cetta Ega Gastiadirrijal Wahyudi, serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan motivasi dan semangat;
3. Bapak dan Ibu Dosen;
4. Sahabat-sahabatku yang terbaik, terima kasih atas dukungannya;
5. Teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2010;
6. Dan Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

## **MOTTO**

Dan Tuhan mu berfirman, Berdoalah kepada-Ku niscaya akan Ku perkenankan bagimu.

**(Q.S. Al-Mu'min : 60)**

Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah.

**(H.R. Turmudzi)**

Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya, hidup ditepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah.

**(Abu Bakar Sibli)**

Science without religion is lame. Religion without science is blind.

**(Albert Einstein)**

## RINGKASAN

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Perpindahan Merek (Studi Pada Konsumen Produk Lipstik Wardah Di Wilayah Perkotaan Jember);** Arinita Febrianti Wahyudi; 100810201051; 2014; 116 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Saat ini kebutuhan konsumen akan kosmetik semakin tinggi karena selain untuk perawatan tubuh, kosmetik juga menunjukkan identitas atau jati diri seseorang dalam komunitas tertentu. Melihat peluang tersebut maka banyak perusahaan kosmetik baik dalam negeri maupun luar negeri bersaing untuk menghadirkan berbagai jenis produk kosmetik salah satunya adalah produk lipstik yang diproduksi oleh Wardah. Pencapaian Wardah saat ini membuat semakin banyak konsumen yang melakukan perpindahan merek dari merek produk lipstik lama ke produk lipstik Wardah ditinjau dari segi citra merek, kualitas produk, dan harga.

Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel yang dapat mempengaruhi perpindahan merek pada konsumen produk lipstik Wardah. Variabel yang pertama adalah citra merek, variabel kedua adalah kualitas produk, dan variabel yang ketiga adalah harga. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis tertarik untuk menguji pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap perpindahan merek pada konsumen produk lipstik Wardah di wilayah perkotaan Jember.

Penelitian ini adalah penelitian *confirmatory research* karena bertujuan untuk mengkonfirmasi teori. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat berjenis kelamin wanita yang bertempat tinggal di wilayah perkotaan Jember. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier dengan pendekatan konfirmatori. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh secara signifikan. Citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek.



## SUMMARY

*The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Brand Switching (Study at Consumer of Wardah Lipstick Product in Urban Area of Jember)*; Arinita Febrianti Wahyudi; 100810201051; 2014; 116 Pages; Department of Management, Faculty of Economics, Jember University.

Nowadays cosmetic need of consumers is increasingly high because in addition to body care, cosmetic also indicates the identity or the identity of a person in a particular community. Seeing this opportunity so many cosmetic companies both domestically and abroad compete to make various types of cosmetic, one of them is a product manufactured by Wardah lipstick. Achievement Wardah currently making more and more consumers make the brand switching from old brand to brand Wardah lipstick product in terms of brand image, product quality, and price.

This research using three variables that can influence the brand switching. The First variabel is brand image, the second variabel is product quality and the last variabel is price. Based on these descriptions, the authors are interested to test the effect brand image, product quality and price on consumer of Wardah lipstick product in urban area of Jember.

This research is a confirmatory research for it aims to confirm the theory. The population of this research is women citizens living in urban area of Jember. The number of sample set at 100 respondents. Determination of the sample in this research uses purposive sampling method. Method of data analysis uses linear regression analysis with a confirmatory approach. The results of this research indicate that all three variables influence significantly. Brand image, quality of product, and price significantly influence brand switching.

## **PRAKATA**

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu apapun yang dapat terlaksana, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang penulis ajukan ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki. Oleh karena itu penulis dengan senang hati akan menerima segala kritik maupun saran yang berkaitan untuk perbaikan dalam skripsi ini. Penulis menyadari tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak penulisan skripsi ini tidak akan berjalan sebagaimana mestinya, akhirnya dengan segala kerendahan hati tidak lupa penulis menyampaikan hormat dan rasa terima kasih kepada:

- a. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b. Bapak Dr. Handriyono, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- c. Bapak Dr. Bambang Irawan, M.Si selaku dosen pembimbing I yang dengan perhatian dan kesabarannya, memberikan semangat, dukungan, bimbingan, pengarahan, serta saran, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
- d. Bapak H.N Ari Subagio, SE, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, pikiran dan bimbingan serta segenap kesabaran hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
- e. Ibu Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran untuk perbaikan skripsi ini dan selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan mulai dari awal semester hingga akhir semester.
- f. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberi bimbingan dan mengasuh intelektualitas serta dukungan.
- g. Kedua orang tuaku, ibunda Tutus Lastiyana, S.Sos dan ayahanda Joko Wahyudi, SE, M.Si yang telah memberi doa, ketulusan, kasih sayang,

dukungan, bimbingan, dan nasihat yang senantiasa mengiringi setiap langkah keberhasilanku.

- h. Adikku, Bella Amalia Wahyudi dan Cetta Ega Gastiadirrijal Wahyudi yang telah memberi doa dan semangat kepadaku.
- i. Sahabat-sahabat dan teman-teman yang selalu memberi dukungan dan saran selama skripsi ini dibuat.
- j. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2010.
- k. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Jember, 06 Mei 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	7
2.1.2 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	7
2.1.3 Kualitas Produk.....	9
2.1.4 Harga.....	12
2.1.5 Perpindahan Merek.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Konseptual .....	18
2.4 Hipotesis Penelitian.....	20

<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian.....</b>	<b>22</b>
<b>3.2 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>22</b>
3.2.1 Populasi.....	22
3.2.2 Sampel.....	22
<b>3.3 Jenis dan Sumber Data.....</b>	<b>23</b>
3.3.1 Data Primer.....	23
3.3.2 Data Sekunder.....	24
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>24</b>
<b>3.5 Identifikasi Variabel.....</b>	<b>25</b>
<b>3.6 Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>25</b>
3.6.1 Citra Merek.....	25
3.6.2 Kualitas Produk.....	26
3.6.3 Harga.....	26
3.6.4 Perpindahan Merek.....	27
<b>3.7 Skala Pengukuran Variabel.....</b>	<b>27</b>
<b>3.8 Pengujian Instrumen.....</b>	<b>28</b>
3.8.1 Uji Validitas.....	28
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	29
<b>3.9 Metode Analisis Data.....</b>	<b>30</b>
3.9.1 Uji Asumsi Analisis Regresi Linier Berganda Dengan Pendekatan Konfirmatori.....	30
<b>3.10 Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>36</b>
<b>BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian.....</b>	<b>38</b>
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	39
4.1.3 Gambaran Umum Wilayah Penelitian .....	40
4.1.4 Karakteristik Responden.....	41
<b>4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....</b>	<b>45</b>

<b>4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....</b>	<b>48</b>
<b>4.4 Analisis Data.....</b>	<b>52</b>
4.4.1 Uji Asumsi CFA.....	52
4.4.2 Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori.....	54
4.4.3 Uji Kesesuaian Model ( <i>Goodness of Fit Test</i> ).....	55
4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	56
<b>4.5 Pembahasan.....</b>	<b>58</b>
4.5.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Perpindahan Merek....	58
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Perpindahan Merek.....	60
4.5.3 Pengaruh Harga Terhadap Perpindahan Merek.....	61
<b>4.6 Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>63</b>
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
1.1 Rating Produk Lipstik dalam <i>Top Brand Index</i> Tahun 2010-2014.....	4
2.1 Rangkuman Pnelitian Terdahulu.....	17
3.1 Uji Kesesuaian Model.....	34
4.1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur, Jenis Kelamin, dan Rasio Jenis Kelamin di Kecamatan Patrang.....	39
4.2 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur, Jenis Kelamin, dan Rasio Jenis Kelamin di Kecamatan Sumpersari .....	39
4.3 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur, Jenis Kelamin, dan Rasio Jenis Kelamin di Kecamatan Kaliwates.....	40
4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.5 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	42
4.6 Responden Berdasarkan Alamat Responden.....	42
4.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Produk Lipstik.....	43
4.8 Merek Lipstik yang Digunakan Sebelum Berpindah ke Produk Lipstik Wardah.....	44
4.9 Penilaian Responden Pada Citra Merek.....	45
4.10 Penilaian Responden Pada Kualitas Produk.....	45
4.11 Penilaian Responden Pada Harga .....	46
4.12 Penilaian Responden Pada Perpindahan Merek .....	47
4.13 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Citra Merek.....	49
4.14 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Kualitas Produk.....	49
4.15 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Harga.....	50
4.16 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Perpindahan Merek.....	51
4.17 <i>Assessment of Normality</i> .....	52
4.18 Indeks Kesesuaian CFA.....	54
4.19 Pengujian Hipotesis.....	55
4.20 Rangkuman Hipotesis Penelitian.....	57

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
2.1 Kerangka Konseptual.....	19
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	36
4.1 Hasil Digram Jalur.....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden.....	75
Lampiran 3 Tabulasi Karakteristik Responden .....	79
Lampiran 4 Rekapitulasi Alasan Jawaban Responden.....	82
Lampiran 5 Tabel Frekuensi Variabel.....	97
Lampiran 6 Analisis Regresi Pendekatan Konfirmatori.....	103