



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PRODUK  
SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY SERIES**  
(Studi Pada Konsumen *Netizen* di Wilayah Perkotaan kabupaten Jember)

*Effect of Brand Image, Product Quality and Price Against Switching of Smartphone Samsung  
Galaxy Series Product Brand*  
(*Studies in Urban Areas Consumer Netizen in Jember*)

**SKRIPSI**

Oleh :

**Abdurrahman Fikri**  
NIM 090810201018

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK  
PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG GALAXY SERIES  
(Studi Pada Konsumen *Netizen* di Wilayah Perkotaan kabupaten Jember)**

*Effect of Brand Image, Product Quality and Price Against Switching of  
Smartphone Samsung Galaxy Series Product Brand  
(Studies in Urban Areas Consumer Netizen in Jember)*

**SKRIPSI**

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

Oleh :

**Abdurrahman Fikri**  
**NIM 090810201018**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama Mahasiswa : Abdurrahman Fikri  
NIM : 090810201018  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap  
Perpindahan Merek Produk *Smartphone* Samsung Galaxy  
Series (Studi Pada Konsumen *Netizen* di Wilayah  
Perkotaan Kabupaten 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 institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang 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, 6 Mei 2013

Abdurrahman Fikri  
NIM : 090810201018

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga  
Terhadap Perpindahan Merek Produk *Smartphone*  
Samsung Galaxy Series (Studi Pada Konsumen  
*Netizen* di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember)

Nama Mahasiswa : Abdurrahman Fikri

NIM : 090810201018

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 6 Mei 2013

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Prof. Dr. H. R. Andi Sularso,MSM  
NIP. 19600413 198602 1 002

Drs. Adi Prasodjo,MP  
NIP. 19550516 198703 1 001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si  
NIP. 19661020 199002 2 001

**JUDUL SKRIPSI**  
**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA**  
**TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PRODUK *SMARTPHONE***  
**SAMSUNG GALAXY SERIES**  
**(Studi Pada Konsumen *Netizen* Di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama Mahasiswa: Abdurrahman Fikri**

**NIM : 090810201018**

**Jurusan : Manajemen**

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

**31 Mei 2013**

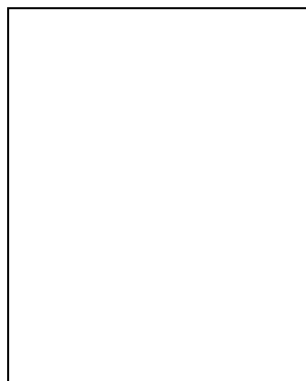
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Ketua : Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D : (.....)**  
**NIP. 19660408 199103 1 001**

**Sekretaris : Drs. Adi Prasodjo,MP : (.....)**  
**NIP. 19550516 198703 1 001**

**Anggota : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso,MSM : (.....)**  
**NIP. 19600413 198602 1 002**



Mengetahui;  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

**Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.**  
**NIP. 196306141990021001**

## **PERSEMBAHAN**

Bismillaahirraahmaannirrahiim, dengan merendahkan hati kuucapkan rasa syukurku kepada Allah SWT serta junjunganku Rasullulah Muhammad SAW atas terselesaikannya skripsi ini. Skripsi ini aku persembahkan untuk :

1. Untuk kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Hendra Purnama, Ak. dan Ibunda Mai Murni yang telah memberikan kasih sayang, petunjuk, serta do'a yang tiada henti dengan tulus dan ikhlas.
2. Kakakku Puti Indah Prativi yang aku sayangi.
3. Guru-guruku sejak sekolah dasar hingga perguruan tinggi.
4. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

**MOTO**

***Think Twice Before You Something Doing***

***“Abdurrahman Fikri”***

***(Writer)***

***Don't ever say “Surrendering” before wrestling with whole  
your power***

***“Abdurrahman Fikri”***

***(Writer)***

## RINGKASAN

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Perpindahan Merek Produk *Smartphone* Samsung Galaxy Series (Studi Pada Konsumen *Netizen* di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember);** Abdurrahman Fikri; 090810201018; 2013; 52 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap perpindahan merek dari produk *smartphone* selain Samsung ke produk *smartphone* Samsung galaxy series pada konsumen *netizen*. Penelitian ini menggunakan variabel bebas yang meliputi citra merek, kualitas produk, harga dan variabel terikatnya yaitu perpindahan merek. Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik dengan metode pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dan tehnik pengambilan responden menggunakan tehnik *purposive sampling* sebanyak 110 responden yang semuanya merupakan konsumen *netizen*. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari tiga variabel bebas hanya satu variabel yang dapat berpengaruh terhadap perpindahan merek dari produk *smartphone* selain Samsung ke produk *smartphone* Samsung galaxy series pada konsumen *netizen*, yaitu variabel kualitas produk. Sedangkan variabel citra merek dan harga tidak berpengaruh terhadap perpindahan merek dari produk *smartphone* selain Samsung ke produk *smartphone* Samsung galaxy series pada konsumen *netizen*. Karena dari hasil analisis yang sudah dilakukan dengan menggunakan alat analisis regresi logistik menunjukkan bahwa hanya kualitas produk yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05(5%) yaitu sebesar 0,022 dengan nilai odds ratio sebesar 2,242 yang menunjukkan bahwa setiap adanya peningkatan kualitas produk pada produk *smartphone* Samsung galaxy series maka akan ada peningkatan pada konsumen *netizen* untuk melakukan perpindahan merek pada produk *smartphone* Samsung galaxy series sebesar 2,242 kali daripada berpindah pada produk lain.

Kata kunci: Citra merek, kualitas produk, harga dan analisis regresi logistik



## SUMMARY

**Effect of Brand Image, Product Quality and Price against Switching of Smartphone Samsung Galaxy Series Product Brand (Studies in Urban Areas Consumer netizen in Jember); Abdurrahman Fikri; 090810201018; 2013, 52 pages; Department of Management Economics Faculty, Jember University**

This study aimed to analyze the influence of brand image, product quality and price against the brand movement of non-Samsung smartphone products to Samsung galaxy series smartphone products on consumer netizens. This study uses independent variables including brand image, product quality, price and brand switching as the dependent variable. This study used logistic regression analysis with non-probability sampling method and the technique of making respondents using the purposive sampling techniques were 110 respondents which are all consumer netizens. The analysis showed that from three independent variables, only one variable that can affect the brand movement of non-Samsung smartphone products to Samsung galaxy series smartphone products to consumer netizens, which is the variable quality of the product. While the image of the brand and price variables do not affect brand movement of non-Samsung smartphone products to Samsung galaxy series smartphone products to consumer netizens. Because the results of the analysis that has been performed using logistic regression analysis showed that only quality products that have a significance value less than 0.05 (5%) is equal to 0.022 with an odds ratio value of 2.242 which shows that any increase in the quality of the product on Samsung galaxy series smartphone products then there will be an increase in consumer netizens to conduct the brand switching on Samsung galaxy series of smartphones at 2,242 times instead of switching to another product.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Logistic Regression Analysis

## PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek Produk *Smartphone* Samsung Galaxy Series (Studi Pada Konsumen *Netizen* di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. R. Andi Sularso,MSM. selaku pembimbing I yang dengan perhatian dan kesabarannya telah memberikan semangat, bimbingan, dan saran sampai dengan terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Adi Prasodjo, MP selaku pembimbing II yang selalu sabar dalam membimbing, dan memberikan saran serta ilmu sampai dengan terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang memberikan waktunya demi kelancaran penelitian ini.
5. Teristimewa Kedua orang tuaku tercinta, Mamaku Mai Murni dan Papaku Hendra Purnama, yang telah Sabar Membimbingku, mencurahkan seluruh restu dan do'a serta motivasi yang tak terhingga selama penulis hidup.

6. Kakakku Puti Indah Prativi, terima kasih atas doa, dukungan dan kasih sayangnya selama ini.
7. *For someone, she was change my life to be a better and comfortable, thanks to support and affection to me. 'I.U'*
8. Sahabat-sahabatku sekaligus saudara-saudara terhebatku dari kecil, Angga, Tito, Zaky, Tati, Sabilal serta Sahabatku di Jurusan Manajemen Angkatan 2009 khususnya Aliq, Chu-chu, Iqbal, Teguh, Rizha, Doni, Lambang, Fenda, Sinta, Yuni, Mita, Sheilly, Cucu, Yuris dan semua mahasiswa konsentrasi Pemasaran 2009, terima kasih atas segala kebaikan dan dukungan kalian selama ini.
9. Teman-teman dari semua jurusan di Universitas Negri Jember yang terlalu banyak untuk disebutkan dan khususnya teman-teman kosku yang asik abis buat Rizha, Osenk, Si boss, Iqbal, Bung Ben, Co-Co, Sinyo, Ricky, Teo, Ardi, Djad-djad, anas dan adit Thanks ya udah ngasih Support yg banyak dan membuat hari-hariku jadi semakin bermakna karena kalian adalah keluarga ke-2 ku di jember
10. Semua pihak yang dengan tulus ikhlas membantu, mendoakan keberhasilan bagi saya dan memberikan dorongan semangat yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih Skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, petunjuk, dan bimbingan-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya, Amin.

Jember, 20 Februari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>RANGKUMAN</b> .....	vii
<b>SUMMARY</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	9
2.1.1 Perilaku Konsumen <i>Netizen</i> .....	9
2.1.2 Citra Merek .....	10
2.1.3 Kualitas Produk .....	11
2.1.4 Harga .....	13

2.1.5 Perpindahan Merek .....	14
<b>2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>15</b>
<b>2.3 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>17</b>
<b>2.4 Hipotesis .....</b>	<b>19</b>
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian.....</b>	<b>21</b>
<b>3.2 Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>21</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>21</b>
3.3.1 Populasi .....	21
3.3.2 Sampel .....	22
<b>3.4 Metode Pengumpulan data .....</b>	<b>23</b>
<b>3.5 Identifikasi Variabel.....</b>	<b>23</b>
<b>3.6 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>23</b>
<b>3.7 Tehnik Pengukuran Data.....</b>	<b>24</b>
<b>3.8 Uji Instrumen .....</b>	<b>25</b>
3.8.1 Uji Validitas .....	25
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	27
<b>3.9 Metode Analisis Data .....</b>	<b>28</b>
<b>3.10 Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>31</b>
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian.....</b>	<b>33</b>
4.1.1 Gambaran Umum PT. Samsung <i>Electronic</i> .....	33
4.1.2 Deskripsi Samsung Galaxy Series .....	35
4.1.3 Karakteristik Responden .....	36
4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian .....	39
4.1.5 Uji Instrumen .....	43
4.1.5.1 Uji Validitas .....	43

4.1.5.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.1.6 Analisis Data.....	44
4.1.6.1 Hasil Analisis Regresi Logistik .....	44
4.1.6.2 Menilai Model Fit .....	45
4.1.6.3 Estimasi Parameter.....	47
<b>4.2 Pembahasan.....</b>	<b>48</b>
4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Perpindahan Merek Produk <i>Smartphone</i> Samsung Galaxy Series .....	48
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Perpindahan Merek Produk <i>Smartphone</i> Samsung Galaxy Series .....	49
4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Perpindahan Merek Produk <i>Smartphone</i> Samsung Galaxy Series.....	50
<b>4.3 Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>50</b>
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
5.1 Kesimpulan .....	51
5.2 Saran .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Rangking Global Penjualan <i>Smartphone</i> 2012..... 3
Tabel 2.1	Rangkuman Penelitian Terdahulu ..... 16
Tabel 4.1	Gambaran Umum <i>Smartphone</i> Samsung Galaxy Series ..... 36
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Secara Umum..... 37
Tabel 4.3	<i>Gadget</i> Yang Digunakan Responden ..... 38
Tabel 4.4	Aktifitas <i>Netizen</i> ..... 39
Tabel 4.5	Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek... 39
Tabel 4.6	Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk..... 41
Tabel 4.7	Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga ..... 42
Tabel 4.8	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas..... 43
Tabel 4.9	Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas ..... 43
Tabel 4.10	Ringkasan hasil Analisis Regresi Logistik ..... 45

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	19
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	31



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Lembar Kuisisioner.....	56
Lampiran 2 Karakteristik Responden .....	60
Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden .....	70
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	75
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	78
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Logistik .....	81