

**PENGARUH HARGA TERHADAP *VARIETY SEEKING* DAN
DAMPAK NYA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PASTA
GIGI CLOSE UP (STUDI KASUS PADA WARGA RW: 02
KELURAHAN JATIBENING, PONDOK GEDE, BEKASI)**

***THE EFFECT OF PRICES ON VARIETY SEEKING AND ITS
IMPACT ON THE BRAND SWITCHING ON CLOSE-UP
TOOTHPASTE (CASE STUDIES OF RESIDENTS RW: 02
JATIBENING VILLAGE, PONDOK GEDE, BEKASI)***

Oleh
Toto Gito Saputro
2015410135

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi (S1)
Program Studi Manajemen Pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS
DARMA PERSADA JAKARTA**

2019

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Toto Gito Saputro

NIM : 2015410135

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Terhadap *Variety Seeking* Dan Dampaknya Terhadap Perpindahan Merek Pasta Gigi Close Up
(Studi Kasus Pada Warga RW: 02 Kelurahan Jatibening, Pondok Gede, Bekasi)

Telah diperiksa, dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dijadikan dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana tanggal

Jakarta, 05 Agustus 2019

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing

(Dian A. Rahim, S.E., M.si.)

(Drs. Fauzi Baisyir, MM)



LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA TERHADAP *VARIETY SEEKING* DAN DAMPAKNYA
TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PASTA GIGI CLOSE UP (STUDI KASUS
PADA WARGA RW: 02 KELURAHAN JATIBENING, PONDOK GEDE, BEKASI)**

***THE EFFECT OF PRICES ON VARIETY SEEKING AND ITS IMPACT ON THE
BRAND SWITCHING ON CLOSE-UP TOOTHPASTE (CASE STUDIES OF
RESIDENTS RW: 02 JATIBENING VILLAGE, PONDOK GEDE, BEKASI)***

Oleh

Toto Gito Saputro

2015410135

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Universitas Darma Persada**

Jakarta, 15 Agustus 2019

Drs. Fauzi Baisyir, M.M

Pembimbing

Dr. Firsan Nova

Penguji I

Resa Nurlaela Anwar, SE, MM

Penguji II

Drs. Fauzi Baisyir, M.M

Penguji III

Mu'man Nuryana, Ph.D.

Dekan Fakultas Ekonomi

Dian A. Rahim, S.E., M.si.

Ketua Jurusan Manajemen



LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Toto Gito Saputro

NIM : 2015410135

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **PENGARUH HARGA TERHADAP VARIETY SEEKING DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PASTA GIGI CLOSE UP (STUDI KASUS PADA WARGA RW: 02 KELURAHAN JATIBENING, PONDOK GEDE, BEKASI)** yang dibimbing oleh Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata diketemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 05 Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan

Materai

Toto Gito Saputro



ABSTRAK

Nama : Toto Gito Saputro. Nim : 2015410135. Judul : Pengaruh Harga Terhadap Variety Seeking Dan Dampaknya Terhadap Perpindahan Merek Pasta Gigi Close Up

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Harga Terhadap *Variety Seeking* Dan Dampaknya Terhadap Perpindahan Merek Pada Pasta Gigi Close Up (Studi Kasus Pada Warga RW: 02 Kelurahan Jatibening, PondokGede, Bekasi). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden yaitu Warga RW: 02 Kelurahan Jatibening, Pondok Gede. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Stratified Random Sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah *Path Analysis*. Uji F, Uji t, dan Uji koefisien (R^2) dilakukan adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis *path analysis*. Hasil penelitian menunjukan bahwa (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Variety Seeking*, (2) Harga berpengaruh positif terhadap Perpindahan Merek, (3) *Variety Seeking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perpindahan Merek, (4) Harga berpengaruh positif terhadap Perpindahan Merek melalui *Variety Seeking* secara tidak langsung.

Kata Kunci : Harga, *Variety Seeking*, dan Perpindahan Merek.



ABSTRACT

Name : Toto Gito Saputro. Nim : 2015410135. Title : PRICE EFFECTS ON SEEKING VARIETY AND ITS IMPACT ON MOVEMENT POST DENTAL BRAND CLOSE UP

The purpose of this study was to analyze the Effect of Prices on Variety Seeking and Its Impact on Brand Transfer in Close Up Toothpaste (Case Study on RW Residents: 02 Jatibening Village, PondokGede, Bekasi). Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents, namely RW Residents: 02 Jatibening Village, Pondok Gede. Sampling is done using the Stratified Random Sampling formula. The analytical tool used is Path Analysis. The F test, t test, and coefficient test (R^2) performed are statistical requirements that must be met in conducting a path analysis analysis. The results showed that (1) Price had a positive and significant effect on Variety Seeking, (2) Price had a positive effect on Brand Transfer, (3) Variety Seeking had a positive and significant effect on Brand Transfer, (4) Price had a positive effect on Brand Movement through Variety Seeking indirectly.

Keywords: Price, Variety Seeking, and Brand Transfer.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA TERHADAP VARIETY SEEKING DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERINDAHAN MEREK PASTA GIGI CLOSE UP (STUDI KASUS PADA RW: 02 KELURAHAN JATIBENING, PONDOK GEDE, BEKASI)”**. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:★

1. Untuk Ibu tercinta, Ibu Sumarsih yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan dukungan baik itu materi, do'a dan semangat yang sangat besar.
2. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, M.M Selaku Pembimbing Penulisan Skripsi Yang Telah Memberikan Bimbingan Dan Pengarahan Dalam Penulisan Skripsi Ini.
3. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Ibu Dian Anggraini Rahim, S.E., M.Si Selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
5. Untuk Ruth Theresia Adelina yang selalu ngedukung saya untuk membuat skripsi ini dari awal sampai selesai.



6. Untuk teman yang selalu saya repotin Karina Fitriani, Farina Adzani terima kasih banyak tanpa kalian mungkin susah untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk teman-teman dari awal saya kuliah di UNSADA sampai sekarang, PENDOPO 2015 terima kasih sudah memberikan saya motivasi dan dukungan untuk satu sama lain.

Demikian skripsi ini dibuat, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Jakarta, 05 Agustus 2019

Penulis,

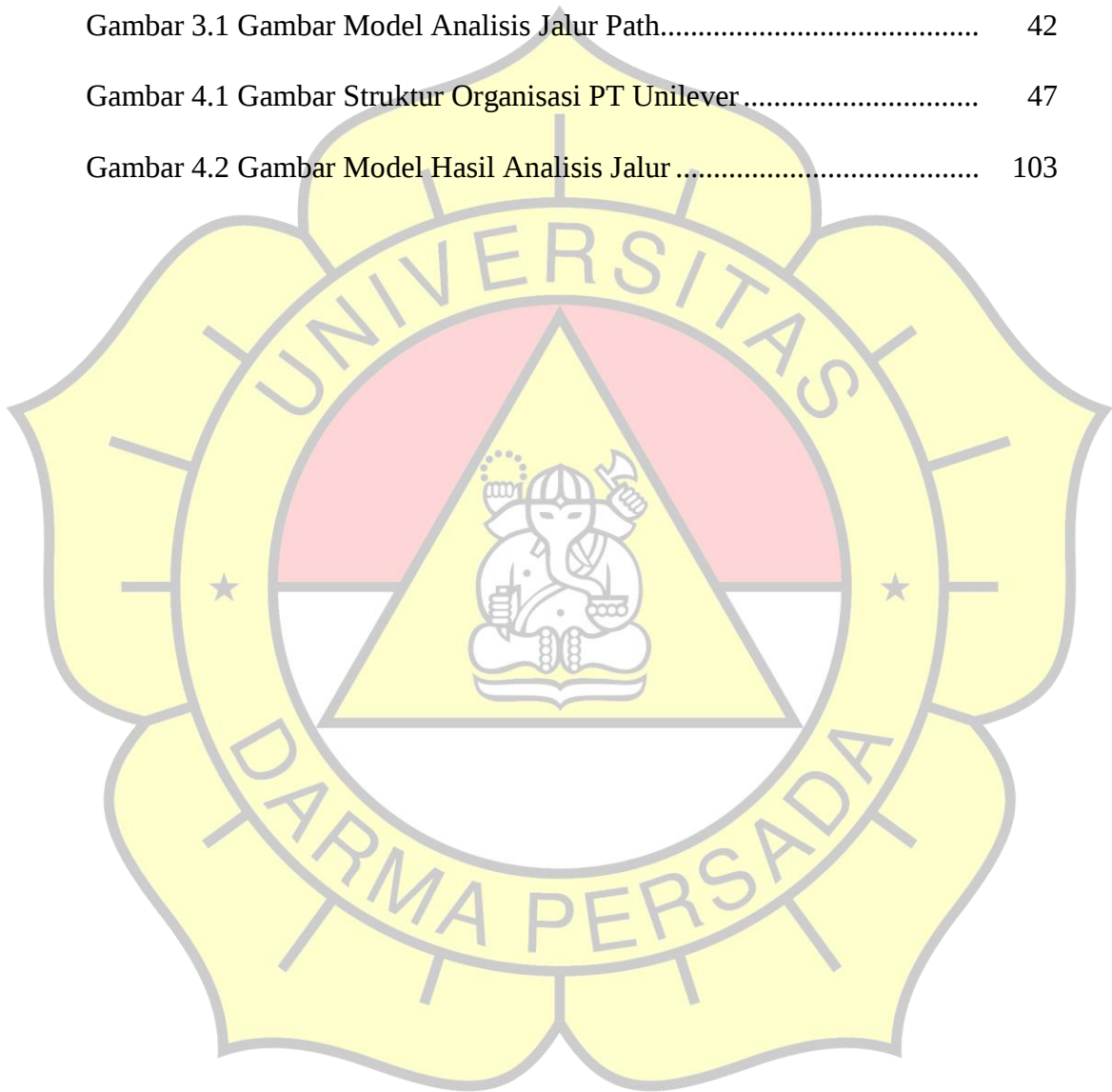
Toto Gito Saputro

2015410135

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Gambar Kerangka Pemikiran	26
Gambar 3.1 Gambar Model Analisis Jalur Path.....	42
Gambar 4.1 Gambar Struktur Organisasi PT Unilever	47
Gambar 4.2 Gambar Model Hasil Analisis Jalur	103



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Produk Pasta Gigi Di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Top Brand Index Pasta Gigi Di Indonesia Tahun 2017-2019...	3
Tabel 1.3 Daftar Harga Pasta Gigi Di Indonesia	5
Tabel 1.4 Tanggapan Responden Mengenai Perpindahan Merek Pada Pasta Gigi Close Up Pada Warga RW:02 Jatibening.....	6
Tabel 1.5 Tanggapan Responden Mengenai Harga Pasta Gigi Close Up Pada Warga RW:02 Jatibening	7
Tabel 1.6 Tanggapan Responden Mengenai Ketidakpuasan Pelanggan ★ Pasta Gigi Close Up Warga RW:02 Jatibening	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Tabel Oprasional.....	29
Tabel 3.2 Tabel Data Data Perhitungan <i>Proportionate Stratified Random Sampling</i>	35
Tabel 3.3 Pedoman Penelitian Kuesioner	37
Tabel 3.4 Tingkat Interpretasi Koefisien Korelasi	41
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan RT.....	52
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	53
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55

Tabel 4.5	Harga Pasta Gigi Close Up Sesuai Yang Di Harapkan	
	Konsumen	56
Tabel 4.6	Harga Pasta Gigi Close Up Sesuai Dengan Pendapatan	
	Konsumen	57
Tabel 4.7	Pasta Gigi Close Up Memiliki Harga Yang Cukup Murah ...	58
Tabel 4.8	Harga Yang Diberikan Pasta Gigi Close Up Lebih	
	Murah Dibanding Pasta Gigi Lain	59
Tabel 4.9	Harga Pasta Gigi Close Up Mampu Bersaing Dengan	
	Pasta Gigi Lain Dengan Daya Beli Masyarakat	60
Tabel 4.10	Harga Pasta Gigi Close Up Membuat Konsumen	
	Tidak Ingin Berpindah Ke Merek Pasta Gigi Lain	61
Tabel 4.11	Harga Yang Diberikan Pasta Gigi Close Up Sesuai Dengan	
	★ Kualitas Yang Diberikan Oleh Pasta Gigi Close Up	62
Tabel 4.12	Harga Dan Kualitas Yang Diberikan Pasta Gigi Close Up	
	Mendorong Kemauan Pelanggan Untuk Membeli Pasta	
	Gigi Close Up.....	63
Tabel 4.13	Harga Menandakan Kualitas Produk Yang Lebih Bagus	64
Tabel 4.14	Harga Yang Pasta Gigi Close Up Sesuai Dengan Manfaat	
	Yang Diberikan	65
Tabel 4.15	Harga Dan Manfaat Yang Diberikan Pasta Gigi Close Up	
	Mendorong Kemauan Pelanggan Untuk Membeli Pasta	
	Gigi Close Up.....	66

Tabel 4.16	Harga Menandakan Manfaat Produk Yang Lebih Bagus.....	67
Tabel 4.17	Sudah merasa Bosan Mengkonsumsi Pasta Gigi Close up	68
Tabel 4.18	Sering Mencoba-coba Merek Pasta Gigi Yang Belum Dikonsumsi Selain Pasta Gigi Close Up	69
Tabel 4.19	Memberi Produk Pasta Gigi Dengan Berbagai Macam Variasi (misal: rasa, bentuk, kemasan, dll.)	70
Tabel 4.20	Tidak Hanya Mengkonsumsi Pasta Gigi Close Up Saja.....	71
Tabel 4.21	Inovasi Yang Diberikan Kompetitor Lebih Menarik Dibanding Pasta Gigi Close Up	72
Tabel 4.22	Inovasi Pasta Gigi Up Sangat Sedikit	73
Tabel 4.23	Pasta Gigi Kemasan Lain Memiliki Rasa Yang Khas	74
Tabel 4.24	Pasta Gigi Lebih Mudah Ditemukan Di berbagai Tempat.....	75
Tabel 4.25	Pasta Gigi Merek Lain Mempunyai Pilihan Rasa Yang Lebih Beragam Dibanding Dengan Pasta Gigi Close Up	76
Tabel 4.26	Melakukan Perpindahan Merek Dari Pasta Gigi Close Up Karena Banyak Pilihan Variasi Pada Merek Pasta Gigi Lain ..	77
Tabel 4.27	Melakukan Perpindahan Merek Karena Mengalami Ketidakpuasan Pasca Mengkonsumsi Pasta Gigi Close Up	78
Tabel 4.28	Melakukan Perpindahan Merek Karena Pasca Gigi Kemasan Lain Memiliki Kualitas Yang Lebih Unggul Dari Pasta Gigi Close Up.....	79
Tabel 4.29	Sudah Tidak Mempunyai Merek Pasta Gigi Close Up Lagi Dan Tidak Berencana Mengkonsumsi Pasta Gigi Close Up....	80

Tabel 4.30 Merasa Kecewa Pasca Mengkonsumsi Pasta Gigi Close up.....	81
Tabel 4.31 Direkomendasi Dari Teman Atau Kerabat Tentang Pasta Gigi Kemasan Lain.....	82
Tabel 4.32 Memiliki Keinginan Untuk Segera Berhenti Mengkonsumsi Pasta Gigi Close Up	83
Tabel 4.33 Memiliki Pasta Gigi Lain Karena Tidak Bersedia Untuk Mengkonsumsi Pasta Gigi Close Up.....	84
Tabel 4.34 Ingin Menghentikan Pemakaian Pasta Gigi Close Up Dalam Waktu Dekat	85
Tabel 4.35 Hasil Uji Validitas.....	86
Tabel 4.36 Reabilitas Harga	89
Tabel 4.37 Reabilitas <i>Variety Seeking</i>	89
Tabel 4.38 Reabilitas Perpindahan Merek	90
Tabel 4.39 Hasil Uji F Harga Pasta Gigi Close Up Terhadap <i>Variety Seeking</i>	91
Tabel 4.40 Pengaruh Harga Terhadap <i>Variety Seeking</i> Dan Dampaknya Pada Perpindahan Merek.....	92
Tabel 4.41 Pengaruh Harga Terhadap <i>Variety Seeking</i>	94
Tabel 4.42 Pengaruh Harga Terhadap <i>Variety Seeking</i> Dan Dampaknya Terhadap Perpindahan Merek	95
Tabel 4.43 Pengaruh Harga Terhadap <i>Variety Seeking</i>	97
Tabel 4.44 Pengaruh Harga Dan <i>Variety Seeking</i> Terhadap Perpindahan Merek	98

Tabel 4.46 Pengaruh Harga Terhadap Variety Seeking Pada Pasta Gigi

Close Up	99
----------------	----

Tabel 4.47 Pengaruh Variety Seeking Terhadap Perpindahan Merek

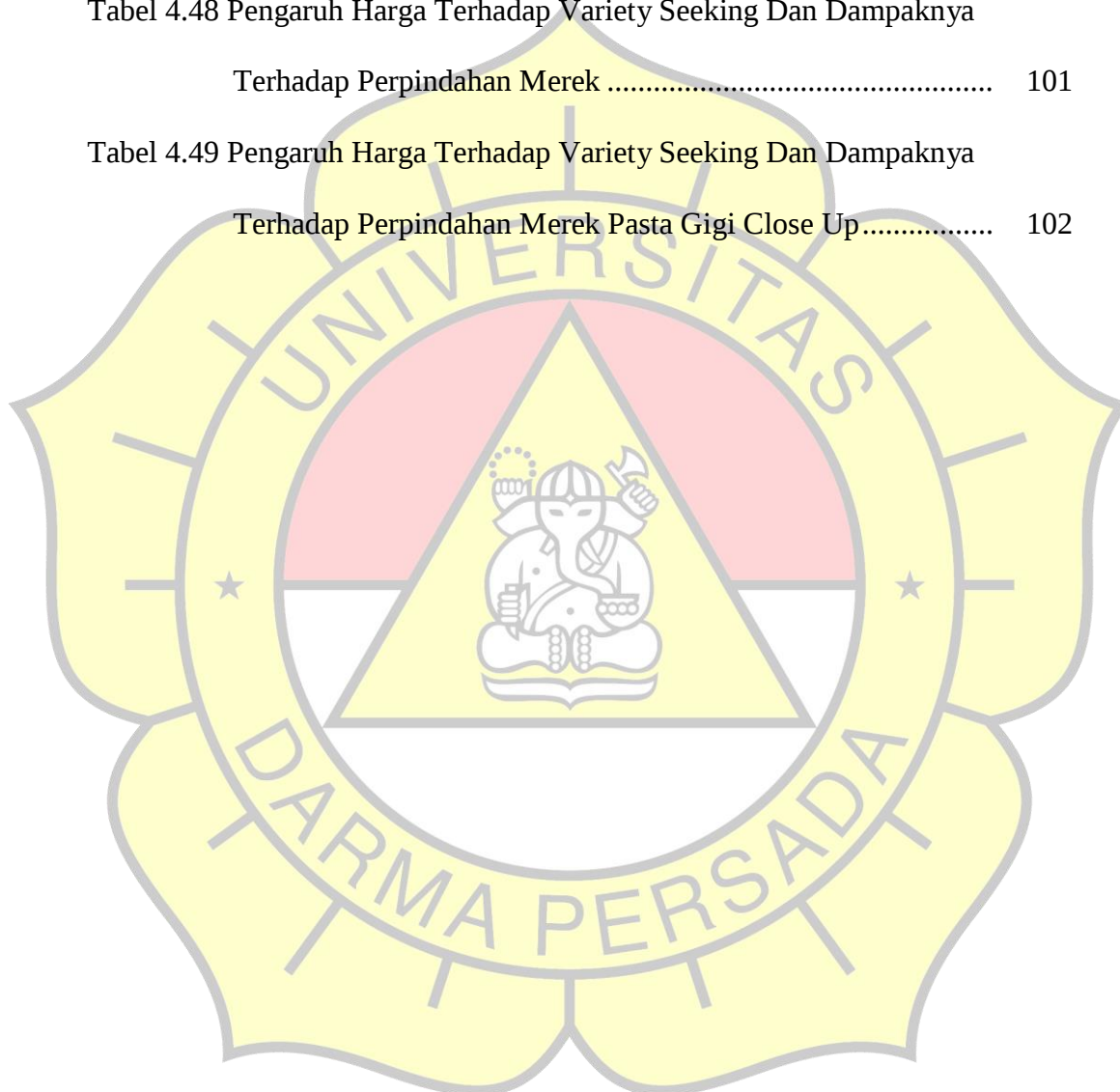
Pasta Gigi Close Up	100
---------------------------	-----

Tabel 4.48 Pengaruh Harga Terhadap Variety Seeking Dan Dampaknya

Terhadap Perpindahan Merek	101
----------------------------------	-----

Tabel 4.49 Pengaruh Harga Terhadap Variety Seeking Dan Dampaknya

Terhadap Perpindahan Merek Pasta Gigi Close Up.....	102
---	-----



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	I
LEMBAR PENGESAHAN	II
LEMBAR PERNYATAAN	III
ABSTRAK	IV
ABSTACK	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XVIII
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Purnusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	12

2.1.1	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2	Harga	13
	1. Pengertian Harga.	13
	2. Dimensi Harga.	13
	3. Faktor-Faktor Harga.	14
2.1.3	<i>Variety Seeking</i>	16
	1. Pengertian <i>Variety Seeking</i>	16
	2. Dimensi <i>Variety Seeking</i>	17
	3. Tipe-Tipe <i>Variety Seeking</i>	18
2.1.4	Perpindahan Merek.....	19
	1. Pengertian Perpindahan Merek.....	19
	2. Faktor-Faktor yang Mempeengaruhi Perpindahan Merek.....	19
	3. Dimensi Perpindahan merek.....	20
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
2.3	Kerangka Pemikiran.....	26
2.4	Hipotesis.....	27
BAB III METODELOGI PENELITIAN		
3.1	Metode yang Digunakan	28
3.2	Variabel Operasional	29
3.3	Sumber dan Cara Penentuan Data/Informasi	33
	3.3.1 Tempat Penelitian	33
	3.3.2 Sumber dan Jenis Data.....	33

1. Data Primer	33
2. Data Sekunder.....	33
3.3.3 Cara Penentuan Data.....	34
1. Populasi	34
2. Sampel	34
3. Teknik Sampling.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	38
3.5.1 Uji Keabsahan Data.....	38
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reabilitas	39
3.6 Metode Analisis Data.....	39
1. Uji t (Parisal).....	39
2. Uji F (Simultan).....	40
3. Koefisien Determinasi (R^2).....	40
4. Analisis Jalur (Path Analsis).....	41
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.1 Sejarah Singkat PT Unilever Indonesia	43
4.1.2 Visi Dan Misi PT Unilever Indonesia	45
4.1.3 Struktur Organisasi PT Unilever	46
4.1.4 Deskripsi Jabatan.....	47
4.2 Hasil Penelitian	51

4.2.1 Hasil Penelitian Karakteristik Responden.....	51
1. Perhitungan Responden Berdasarkan RT	52
2 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis	
Kenalmin.....	53
3. Perhitungan Responden Berdasarkan Usia	54
4. Perhitungan Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	56
4.3.1 Variabel Harga Pada Pasta Gigi Close Up	56
4.3.2 Variabel <i>Variety Seeking</i> Pada Pasta Gigi Close Up.....	68
4.3.3 Variabel Perpindahan Merek Pada Pasta Gigi Close Up	77
4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	86
4.4.1 Uji Validitas	86
★ 4.4.2 Hasil Uji Reabilitas	88
1. Hasil Uji Reabilitas Harga	89
2. Hasil Uji Reabilitas <i>Variety Seeking</i>	89
3. Hasil Uji Reabilitas Perpindahan Merek	90
4.5 Uji Hipotesis	91
4.5.1 Hasil Uji F (simultan).....	91
4.5.2 Hasil Uji t (parsial).....	94
4.5.3 Hasil Uji Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	97
4.6 Hasil <i>Path Analysis</i>	99
4.6.1 Pengujian Hipotesis H1.....	99
4.6.2 Pengujian Hipotesis H2.....	100

4.6.3 Pengujian Hipotesis H ₃	101
--	-----

4.6.4 Pengujian Hipotesis H ₄	102
--	-----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	104
----------------------	-----

5.2 Saran	106
-----------------	-----

Daftar Pustaka	107
-----------------------------	-----

