

**PENGARUH *VARIETY SEEKING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN HARGA TERHADAP *BRAND SWITCHING* PRODUK MAYBELLINE DI KOTA PADANG**



**OLEH :**

**MARDHATILLAH**

**1910011211053**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

**2023**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, Nabi Muhammad SAW yang senantiasa menjadi panutan peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Variety Seeking, Electronic Word Of Mouth* Dan Harga Terhadap *Brand Switching* Produk Maybelline Di Kota Padang”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Universitas Bung Hatta, Ucapan terima kasih ini peneliti tunjukan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta
3. Ibu Reni Yuliviona, S.E.,M.M.,Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah mendidik dan memberikan bimbingan selama masa perkuliahan.
4. Teristimewa peneliti persembahkan ucapan terima kasih kepada keluarga tercinta yaitu khususnya orang tua peneliti Ayahanda Sofyan Adi (Alm) dan Ibunda Yessi Afrianti serta Bapak Arizal yang telah memberikan kasih sayang yang tulus, nasehat dukungan moral serta do'a suci yang selalu beliau lantunkan untuk kesuksesan dan keberhasilan peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.
5. Untuk adik peneliti, Salwa Nadziva, terima kasih atas doa dan segala dukungannya.
6. Terimakasih untuk teman- teman seperjuangan yang saya sayangi, Jihan fatmawati, Tasya Adela Gani, dan Nia Ratnasari, Erma Nidya Putri, Fadillah Hasanah yang telah memberikan semangat serta dukungan kepada peneliti
7. Dan terima kasih untuk semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
8. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for all doing this hard work. I wanna thank me for*

*having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.*

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, namun penulis sadar skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran sangat diharapkan, demi kebaikan pada masa yang akan datang.

Padang, Agustus 2023

**Mardhatillah**

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

#### PENGARUH *VARIETY SEEKING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN HARGA TERHADAP *BRAND SWITCHING* PRODUK MAYBELLINE DI KOTA PADANG

Oleh  
Nama : Mardhatillah  
NPM : 1910011211053

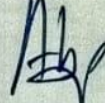
Tim Penguji

Ketua



(Reni Yuliviona, SE, M.M., Ph.D)

Sekretaris



(Dr. Akmal, S.E, M.Si)

Anggota



(Nailal Husna, S.E., M.Si)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 15 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bung Hatta  
Dekan



(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si)

**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH *VARIETY SEEKING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
DAN HARGA TERHADAP *BRAND SWITCHING* PRODUK  
MAYBELLINE DI KOTA PADANG**

Nama : Mardhatillah  
NPM : 1910011211053

Oleh

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal 15 Agustus 2023

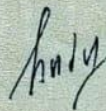
Menyetujui

Pembimbing



(Reni Yuliviona, SE, M.M., Ph.D)

Ketua Program Studi



(Lindawati, SE, M.SI)

**PENGARUH VARIETY SEEKING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH  
DAN HARGA TERHADAP BRAND SWITCHING PRODUK  
MAYBELLINE DI KOTA PADANG**

**Mardhatillah<sup>1)</sup>, Reni Yuliviona<sup>2)</sup>**

**Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Bung Hatta**

Email : [mardhatillah730@gmail.com](mailto:mardhatillah730@gmail.com), [reniyuliviona@bunghatta.ac.id](mailto:reniyuliviona@bunghatta.ac.id)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti secara empiris pengaruh *variety seeking*, *electronic word of mouth*, dan harga terhadap *brand switching* produk Maybelline. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Populasi penelitian ini adalah masyarakat di Kota Padang yang pernah menggunakan kosmetik merek lain sebelumnya dan berpindah ke kosmetik Maybelline. Teknik pengambilan sampel yakni menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Metode analisis ini menggunakan analisis regresi berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *variety seeking* berpengaruh terhadap *brand switching* produk Maybelline, *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap *brand switching* produk Maybelline, dan harga berpengaruh terhadap *brand switching* produk Maybelline.

**Katakunci** : *Variety Seeking, Electronic Word Of Mouth, Harga, Brand Switching*

**Abstract**

This study aims to empirically examine the effect of *variety seeking*, *electronic word of mouth*, and price on *brand switching* of Maybelline products. This research is a quantitative research and this research uses primary data obtained through questionnaires. The population of this research is people in Padang City who have used other brands of cosmetics before and have switched to Maybelline cosmetics. The sampling technique is using *purposive sampling* technique. The samples obtained were 100 respondents. This analytical method uses multiple regression analysis which is processed using SPSS software version 26. The results of this study indicate that *variety seeking* has an effect on *brand switching* of Maybelline products, *electronic word of mouth* has an effect on *brand switching* on Maybelline products, and prices have an effect on *brand switching* on products Maybelline.

**Keywords** : *Variety Seeking, Electronic Word Of Mouth, Price, Brand Switching*

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
Abstrak .....	vi
Abstract .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	10
2.1 Kajian Literatur .....	10
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	19
2.3 Kerangka Konseptual .....	23
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Objek Penelitian, Populasi dan Sampel .....	24
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.3 Defenisi Operasional.....	25
3.4 Pengukuran Instrumen .....	28
3.5 Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV .....	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	36
4.1 Deskripsi Variabel/Objek Penelitian.....	36

4.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	41
4.3 Pembahasan .....	54
BAB V.....	59
KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Implikasi Penelitian.....	59
5.3 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	62



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Kosmetik Paling Populer Di Indonesia.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	23
Gambar 4. 1 Grafik Normal p-plot.....	45
Gambar 4. 2 Scatterplot.....	46

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Fenomena Brand Switcing Produk Maybelline Di Kota Padang.....	3
Tabel 3. 1 Pengukuran Instrumen .....	28
Tabel 3. 2 Tingkat Capaian Responden (TCR).....	31
Tabel 4. 1 Responden Rate.....	36
Tabel 4. 2 Profil Responden.....	37
Tabel 4. 3 Brand Switching.....	39
Tabel 4. 4 Variety Seeking.....	39
Tabel 4. 5 Electronic Word Of Mouth .....	40
Tabel 4. 6 Harga.....	41
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4. 8 Hasil Reliabilitas .....	43
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas .....	45
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	48
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi .....	49
Tabel 4. 13 Hasil Regresi Linear Berganda .....	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan.....	52
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial .....	53