

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *WORD OF MOUTH*  
TERHADAP *BRAND SWITCHING*  
(STUDI KASUS: MOBIL TOYOTA AVANZA Di PADANG)**



**Oleh:**

**ARBI FEBRIAN**

**1710011211035**

**Dosen Pembimbing**

**SEFNEDI, S.E., M.M., Ph.D**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
TAHUN 2022**

## KATA PENGANTAR



**Assalamu'alaikum Wr.Wb**

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan terlebih dahulu kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan Anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN WORD OF MOUTH (STUDY KASUS MOBIL TOYOTA AVANZA Di PADANG)"**. Shalawat beserta salam sama-sama disampaikan kepada junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW yang senantiasa memberikan suritauladan yang baik kepada umat semesta alam dan khususnya penulis dalam mengerjakan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan, dorongan beserta bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT (ini adalah rahmat dan anugerah yang paling berarti dalam hidup penulis, Allah yang selalu mempermudah dan melancarkan semua urusan-urusan perkuliahan sehingga menjadikan penulis sebagai sarjana Ekonomi dan manusia yang berakal dengan menjadikan AL-Qur'an sebagai pedoman hidup).
2. Kepada orang tua tercinta, terutama kepada ibunda tersayang ibunda Murni dan ayahanda Muslim Idris, serta Adik Fauzan Azzima yang selalu

mendoakan penulis, memberikan motivasi, baik dalam segi moril maupun materil dan semangat yang tiada hentinya serta dukungan bagi penulis baik dalam pembuatan skripsi maupun perkuliahan penulis.

3. Bapak prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta dan Ibu Herawati, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Lindawati, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
6. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
7. Bapak Sefnedi, S.E., M.M., Ph.D selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan baik berupa ilmu, baik itu selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan skripsi dengan meluangkan waktu, petunjuk maupun saran-saran dan pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang memberikan bantuan dan kelancaran dalam kepengurusan skripsi ini.
9. Kepada sahabat-sahabat terbaik saya yaitu keluarga seperjuangan skripsi kos tiara no. 5 Yatboy (Rahmad Hidayat), Suhu Panda (M.Rifaldi), Cogulik

(Yoga Maha Putra), Margon (Martino Wahyu Pratama), Ajay (Fajar Wana Bahari), Gaek (Rengga Agustio), Maksuhu (Ardi Choneary), Selebgram Rupit (Yayan Wijaya), Panglima Tempur (Rapi Putra) yang senantiasa membantu saat senang maupun susah dalam proses semasa kuliah sampai penyusunan skripsi ini dan juga yang selalu menyediakan store, dan terima kasih sekali lagi, kalian yang terbaik Lord Empire. Dan seluruh teman seangkatan Bp 17 Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Yang senantiasa mendo'akan dan memberi semangat kepada saya untuk mengerjakan tugas kuliah dan selalu mengingatkan saya dalam hal apapun dan yang selalu ada disaat bahagia dan terpuruk yang tidak bisa saya tuliskan satu persatu.

Padang, 18 Februari 2022

Penulis

Arbi Febrian

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta, menyatakan:

**Nama** : Arbi Febrian  
**NPM** : 1710011211035  
**Program Studi** : Strata Satu (S1)  
**Jurusan** : Manajemen  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Switching* (Studi Kasus: Mobil Toyota Avanza Di Padang)

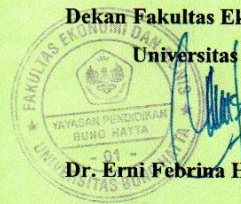
Telah disetujui skripsi ini sesuai dengan prosedur, ketentuan, dan kelaziman yang berlaku dan telah dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Kamis, 24 Februari 2022**.

Pembimbing Skripsi

Sefnedi, S.E., M.M., Ph.D

Disetujui oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bung Hatta



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

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama** : Arbi Febrian  
**NPM** : 1710011211035  
**Program Studi** : Manajemen  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Word Of Mouth* (Studi Kasus: Mobil Toyota Avanza Di Padang)” adalah benar hasil karya tulis saya sendiri yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan bagian tertentu yang saya peroleh dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Padang, 24 Februari 2022

**Penulis**



**ARBI FEBRIAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *WORD OF MOUTH*  
TERHADAP *BRAND SWITCHING*  
(STUDI KASUS: MOBIL TOYOTA AVANZA Di PADANG)**

Arbi Febrian, Sefnedi

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

E-mail: [febrianarbi@gmail.com](mailto:febrianarbi@gmail.com), [sefnedi@bunghatta.ac.id](mailto:sefnedi@bunghatta.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan *word of mouth* terhadap *brand switching* mobil Toyota Avanza di Kota Padang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang beralih ke mobil merek Toyota Avanza di kota Padang. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan program SPSS versi 20. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand switching* mobil Toyota Avanza di Kota Padang. Harga dan *word of mouth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *brand switching* mobil Toyota Avanza di Kota Padang.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, *Word Of Mouth*, *Brand Switching***

**ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the effect of product quality, price and word of mouth on the brand switching of Toyota Avanza cars in Padang City. This research is a quantitative research and uses primary data obtained from questionnaires. The population of this study is all consumers who switch to the Toyota Avanza brand car in the city of Padang. The sampling technique was purposive sampling with a total sample of 80 respondents. The data analysis method used multiple linear regression analysis which was processed using the SPSS version 20 program. The results of the study showed that product quality partially had a positive and significant effect on the brand switching of Toyota Avanza cars in Padang City. Price and word of mouth have a positive and insignificant effect on the brand switching of the Toyota Avanza in Padang City.*  
**Keywords: Product Quality, Price, Word Of Mouth, Brand Switching**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Literatur .....	7
2.1.1 <i>Brand Switching</i> .....	7
2.1.1.1 Pengertian <i>Brand Switching</i> .....	7
2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i> .....	8
2.1.1.3 Pengukuran <i>Brand Switching</i> .....	10
2.1.2 Kualitas Produk .....	10
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	10
2.1.2.2 Pentingnya Kualitas Produk.....	11
2.1.2.3 Pengukuran Kualitas Produk.....	12



2.1.3 Harga .....	13
2.1.3.1 Pengertian Harga .....	13
2.1.3.2 Metode Penetapan Harga .....	15
2.1.3.3 Pengukuran Harga .....	16
2.1.4 <i>Word Of Mouth</i> .....	16
2.1.4.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i> .....	16
2.1.4.2 Menciptakan <i>Word Of Mouth</i> .....	19
2.1.4.3 Pengukuran <i>Word Of Mouth</i> .....	19
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	20
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Switching</i> .....	20
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap <i>Brand Switching</i> .....	21
2.2.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap <i>Brand Switching</i> .....	22
2.3 Kerangka Konseptual .....	23

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian .....	25
3.2 Populasi dan Sampel .....	25
3.2.1 Populasi .....	25
3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	26

3.5.1 <i>Brand Switching</i> .....	26
3.5.2 Kualitas Produk .....	27
3.5.3 Harga .....	28
3.5.4 <i>Word Of Mouth</i> .....	28
3.6 Pengukuran Instrumen.....	28
3.7 Teknik Analisis Data .....	29
3.7.1 Uji Validitas .....	29
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	30
3.7.3 Analisis Deskriptif .....	30
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.7.4.1 Uji Normalitas .....	32
3.7.4.2 Uji Linearitas.....	33
3.7.4.3 Uji Multikolinearitas .....	33
3.7.4.4 Uji Heteroskedasitas.....	33
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi .....	34
3.7.6 Uji F .....	34
3.7.7 Uji T .....	34

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	36
4.1.1 <i>Respon Rate</i> .....	36
4.1.2 Profil Responden.....	37

4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	38
4.1.3.1 <i>Brand Switching</i> .....	39
4.1.3.2 Kualitas Produk .....	40
4.1.3.3 Harga .....	41
4.1.3.4 <i>Word Of Mouth</i> .....	42
4.1.4 Analisis Deskriptif .....	43
4.1.4.1 <i>Brand Switching</i> .....	43
4.1.4.2 Kualitas Produk .....	44
4.1.4.3 Harga .....	46
4.1.4.4 <i>Word Of Mouth</i> .....	47
4.1.5 Uji Asumsi Klasik .....	48
4.1.5.1 Uji Normalitas .....	48
4.1.5.2 Uji Linearitas .....	49
4.1.5.3 Uji Multikolinearitas .....	50
4.1.5.4 Uji Heteroskedastisitas .....	50
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi .....	51
4.1.7 Uji Hipotesis .....	52
4.1.7.1 Uji F .....	52
4.1.7.2 Uji T .....	53
4.2 Pembahasan .....	55
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Brand Switching</i> .....	55

4.2.2 Pengaruh Harga terhadap *Brand Switching*.....56

4.2.3 Pengaruh *Wor Of Mouth* terhadap *Brand Switching* .....57

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....60

5.2 Implikasi Penelitian.....60

5.3 Keterbatasan dan Saran .....62

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

1.1 Data Top Brand Index 2019-2021.....	2
1.2 Fenomena Brand Switching mobil Toyota Avanza di Kota Padang.....	3
3.1 Skala Likert Pengukuran Variabel Penelitian .....	29
3.2 Kriteria (TCR) Tingkat Capaian Responden.....	32
4.1 <i>Respon Rate</i> .....	36
4.2 Profil Responden.....	37
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Brand Switching</i> .....	39
4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....	40
4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga .....	41
4.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Word Of Mouth</i> .....	42
4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Switching</i> .....	44
4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	45
4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga .....	46
4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Word Of Mouth</i> .....	47
4.11 Hasil Pengujian Normalitas .....	48
4.12 Hasil Uji Linearitas .....	49
4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	51
4.15 Hasil Koefisien Determinasi .....	52
4.16 Hasil Uji F.....	53

4.17 Hasil Uji T.....	53
-----------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	24
--------------------------------------	----