PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK AMDK AQUA KE MEREK LAIN

(Survei pada Konsumen di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

SELI ROSALINA
20210510177

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK AMDK AQUA KE MEREK LAIN

(Survei pada Konsumen di Kabupaten Kuningan)

Oleh :

SELI ROSALINA

20210510177

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 02 Oktober dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,	Penguji II,	Penguji III,
Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si	**Dr. H. Ilham Akbar, S.E., M.Si**	**Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M**
NIK. 41038971055	**NIK. 410104700197**	**NIK. 41010910251**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK AMDK AQUA KE MEREK LAIN

(Survei pada Konsumen di Kabupaten Kuningan)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, November 2025

Pembimbing 1,	Pembimbing 2,
Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M	**Dr. H. Ilham Akbar, S.E., M.Si**
NIK. 41038031154	**NIK. 410104700197**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Kepala Program Studi Manajemen
Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si	**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy.**
NIK. 41038971054	**NIK. 41038091296**

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK AMDK AQUA KE MEREK LAIN (Survei pada Konsumen di Kabupaten Kuningan)**" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, November 2025



SELI ROSALINA

20210510177

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."
(Qs. Al-Baqarah : 286)

"It's not always easy, but that's life. Be strong because there better days ahead"
(Mark lee)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan untuk Almarhum Bapak terkasih, yang semasa hidupnya menjadi sosok yang saya cintai dan Kedua orang tua yang saat ini membersamai saya mimih dan bapak yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa tanpa serta dukungan yang tidak akan tergantikan. Semoga karya sederhana ini menjadi salah satu bentuk bakti dan doa saya serta wujud dari cinta dan terima kasih saya untuk kalian

ABSTRAK

SELI ROSALINA. 20210510177. 2025. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Perpindahan Merek AMDK AQUA Ke Merek Lain (Survei pada Konsumen di Kabupaten Kuningan). Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Kuningan. Pembimbing 1 Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M. Pembimbing 2 Dr. H. Ilham Akbar, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana citra merek, kualitas produk dan persepsi harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam beralih merek air minum dalam kemasan pada masyarakat Kabupaten Kuningan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penurunan penjualan produk Aqua dan peningkatan pada merek lain pada beberapa toko grosir, perubahan tersebut menunjukkan adanya indikasi perpindahan merek yang dilakukan konsumen. Indikasi perpindahan merek tersebut perlu diteliti terutama terkait bagaimana mereka menilai citra dan kualitas suatu merek serta persepsi mereka terhadap harga. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden dimabil dari konsumen di Kabupaten Kuningan dengan Teknik purposive sampling. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) citra merek berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perpindahan merek; 2) kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perpindahan merek; 3) persepsi harga berpengaruh psitif dan signifikan terhadap perpindahan merek; 4) citra merek, kualitas produk dan persepsi harga secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap perpindahan merek.

Kata kunci : Citra merek, Kualitas produk, Persepsi harga, Perpindahan merek

ABSTRACT

SELI ROSALINA. 20210510177. 2025. *"The influence of Brand image, Product quality, and Price perception on Brand switching of Bottled Drinking Water (AMDK) AQUA to other brands (Survey on consumers in Kuningan regency). Thesis. Management study program. Faculty of Economics and Business. University of Kuningan. Supervisor 1 : Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M. Supervisor 2 : Dr. H. Ilham Akbar, S.E., M.Si.*

This study aimed to understand how brand image, product quality, and price perception influenced consumer decisions to switch brands of bottled drinking water among the community in Kuningan regency. The research was motivated by a decline in Aqua products sales and an increase in sales of other brands in several wholesale stores. This shift indicated a trend of brand switching among consumers. Such indications needed to be studied, especially regarding how consumers evaluated the image and quality of a brand as well their perception of price. The research method used was descriptive analysis with a quantitative approach. The sample consisted of 150 respondents selected from the Kuningan Regency consumers using purposive sampling techniques. Data were analysed using multiple linear regression analysis. The results showed that : 1) brand image had a negative and significant influence on brand switching; 2) product quality had a negative and significant influence on brand switching; 3) price perception had a positive and significant influence on brand switching; 4) brand image, product quality, and price perception simultaneously had a significant influence on brand switching.

Keyword : Brand image, Product quality, Price perception, Brand switching

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat maupun karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Perpindahan Merek AMDK AQUA ke merek lain.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih terdapat kekurangan maupun kesalahan dalam penulisan maupun hal lainnya sehingga skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran maupun kritik yang bersifat membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah berperan dalam penyusunan skripsi ini.

Kuningan, November 2025

SELI ROSALINA
20210510177

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT dimana atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan waktu yang telah ditetapkan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak melibatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Terima kasih yang mendalam penulis persembahkan untuk Alm. Bapak terkasih, Bapak Rasna. Terima kasih atas cinta dan kasih sayang serta perjuangan yang sudah bapak curahkan.
2. Kedua orangtua yang saat ini membersamai saya, Mimih Tarwi dan Bapak Rusyana. Terima kasih atas kasih sayang, doa yang tiada henti serta dukungan moril maupun materiil yang senantiasa kalian berikan. Setiap langkah penulis hingga di titik ini tidak lepas dari pengorbanan dan perjuangan kalian. Semoga karya sederhana ini menjadi salah satu bentuk bakti dan terima kasih saya untuk kalian.
3. Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan, membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Dr. H. Ilham Akbar, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan, membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Fahmi Yusuf, S.Kom., MMSI, Ph.D selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Kuningan.
7. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan.

9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang selama ini telah mendidik dan membimbing penulis.
10. Ucapan terima kasih saya sampaikan untuk Nenek dan kakak saya, Teh Rismawati beserta suami Reza Aditya, dan Teh Tarki beserta suami Kasto. Terima kasih atas dukungan dan nasihat yang selalu diberikan.
11. Sahabat saya Gina Aishafitri dan Puspitasari yang hingga saat ini masih bersama, meski dalam kesibukan masing-masing. Terima kasih atas semangat dan ketersediaan kalian dalam mendengarkan setiap keluh kesah selama proses ini.
12. Sahabat yang membersamai saya, Melly Rahmanti, Vera Avrilia N.C., Tri Wahyuni dan Teti Hayati, terima kasih atas pengertian kalian yang selalu memaklumi setiap keluhan saya. Terima kasih juga atas bantuan dan kebersamaan kalian selama perjalanan studi saya. Semoga tali persaudaraan kita terus terjaga.
13. Teman-teman "BUDAYA" Deby Mutia Wianda R., Hania Oktovyalita, Khofifah Dwi Cahyani, Leni Riyani, Nisa Annisa Nurhidayani, dan Santi Nuraina. Terima kasih yang tulus saya ucapkan untuk teman-teman atas kebersamaan, tawa, semangat dan dukungan yang tidak akan ternilai. Terima kasih untuk selalu mengerti dan menemani selama masa perkuliahan ini.
14. Keluarga besar Manajemen E yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas kebersamaannya selama masa perkuliahan.
15. Teman-teman KKN dan PPL yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
16. Toko Fajar Luragung, Toko Makmur Cibeureum dan Toko Asia Jalaksana Terima kasih atas kerja sama dan dukungan yang telah diberikan selama proses penelitian berlangsung.
17. Serta semua pihak terlibat yang namanya tidak tercantum, terima kasih atas bantuan dan dukungannya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
18. Terakhir saya ucapkan terima kasih untuk diri saya sendiri atas ketekunan dan kesabaran serta kerja keras yang sudah dijalani selama proses penyelesaian skripsi ini. Semoga pengalaman ini bisa menjadi modal berharga untuk perjalanan selanjutnya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN
LEMBAR PERSETUJUAN
PERNYATAAN OTENTISITAS
MOTTO DAN PERSEMBAHAN
ABSTRAK ..... **i**
ABSTRACT ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
UCAPAN TERIMA KASIH ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 7
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS **8**
2.1 Landasan Teori 8
2.1.1 Pemasaran 8
2.1.2 Perilaku Konsumen 8
2.1.2 Perpindahan Merek 10
2.1.2.1 Konsep Merek 10
2.1.2.2 Pengertian Perpindahan Merek 10
2.1.2.3 Faktor - faktor yang mempengaruhi Perpindahan Merek 11
2.1.2.4 Indikator Perpindahan Merek 12
2.1.3 Citra Merek 13
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek 13
2.1.3.2 Dimensi Citra Merek 14
2.1.3.3 Faktor - faktor yang mempengaruhi Citra Merek 15
2.1.3.4 Indikator Citra Merek 16

2.1.4 Kualitas Produk 17
2.1.4.1 Pengertian Produk 17
2.1.4.2 Pengertian Kualitas Produk 17
2.1.4.3 Dimensi Kualitas Produk 18
2.1.4.4 Faktor – faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk 19
2.1.4.5 Indikator Kualitas Produk 20
2.1.5 Persepsi Harga 21
2.1.5.1 Pengertian Persepsi 21
2.1.5.2 Pengertian Harga 22
2.1.5.3 Pengertian Persepsi Harga 22
2.1.5.4 Faktor – faktor yang mempengaruhi Persepsi Harga 23
2.1.5.5 Indikator Persepsi Harga 23
2.2 Hubungan antar Variabel 24
2.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Perpindahan Merek 24
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Perpindahan Merek 25
2.2.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Perpindahan Merek 25
2.2.4 Penelitian Terdahulu 26
2.3 Kerangka Berpikir 31
2.4 Hipotesis 32
BAB III METODE PENELITIAN 33
3.1 Metode Penelitian 33
3.2 Operasionalisasi Variabel 33
3.3 Populasi dan Sampel 36
3.3.1 Populasi 36
3.3.2 Sampel 36
3.4 Jenis dan Sumber Data 37
3.5 Teknik Pengumpulan Data 37
3.5 Uji Instrumen 38
3.5.1 Uji Validitas 38
3.5.2 Uji Reliabilitas 41
3.6 Teknik Analisis Data 43
3.6.1 Analisis Deskriptif 43

3.6.2 Uji Asumsi Klasik 45
3.6.2.1 Uji Normalitas 45
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas 45
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas 46
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda 46
3.6.4 Koefisien Determinasi 47
3.7 Uji Hipotesis 47
3.7.1 Uji F (Simultan) 47
3.7.2 Uji t (Parsial) 48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 50
4.1 Hasil Penelitian 50
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 50
4.1.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan AQUA 50
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan AQUA 51
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden 51
4.1.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Lokasi 51
4.1.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia 52
4.1.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Status Pekerjaan 53
4.1.2.4 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan 54
4.1.3 Teknik Analisis Data 54
4.1.3.1 Analisis Deskriptif 54
4.1.4 Uji Asumsi Klasik 63
4.1.4.1 Uji Normalitas 63
4.1.4.2 Uji Multikolinearitas 64
4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas 65
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda 66
4.1.6 Koefisien Determinasi 67
4.1.7 Uji Hipotesis 67
4.1.7.1 Uji F (Simultan) 67
4.1.7.2 Uji t (Parsial) 69
4.2 Pembahasan 71

4.2.1 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi harga terhadap Perpindahan Merek 71
4.2.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Perpindahan Merek 72
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Perpindahan Merek 73
4.2.4 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Perpindahan Merek 74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 76
5.1 Kesimpulan 76
5.2 Saran 76
DAFTAR PUSTAKA 78
LAMPIRAN……..83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan AMDK Tahun 2021 – 2023 4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 26
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel 34
Tabel 3. 2 Rentang Nilai Skor Angket 38
Tabel 3. 3 Hasil Uji validitas Citra merek (X1) 39
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2) 40
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X3) 40
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Perpindahan Merek (Y) 41
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek 42
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk 42
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga 43
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Perpindahan Merek 43
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan Lokasi 51
Tabel 4. 2 Responden berdasarkan Usia 52
Tabel 4. 3 Responden berdasarkan Status Pekerjaan 53
Tabel 4. 4 Responden berdasarkan penghasilan 54
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Citra merek 54
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Kualitas produk 56
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Persepsi harga 59
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Perpindahan Merek 61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov 63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas 64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas 65
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi 67
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan) 68
Tabel 4. 15 Uji t (Parsial) 69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Market Share Air Minum Dalam Kemasan (2024) 2
Gambar 1. 2 Penjualan Air Minum Dalam Kemasan di Indonesia 3
Gambar 1. 3 Diagram Penjualan AMDK Fajar Luragung (2024) 5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 32
Gambar 4. 1 Logo Aqua 50
Gambar 4. 2 Daerah Kriterium Citra merek (X1) 56
Gambar 4. 3 Daerah Kriterium Kualitas produk (X2) 58
Gambar 4. 4 Daerah Kriterium Persepsi Harga 61
Gambar 4. 5 Daerah Kriterium Perpindahan merek 63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
Berita Acara Bimbingan Skripsi
Transkrip Aktivitas Kemahasiswaan (TAK)
Lampiran II : Surat Pengantar Kuesioner
Kuesioner
Lampiran III : Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian melalui Gform
Data Primer Hasil Perhitungan Kuesioner
Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SPPS 26
Lampiran V : Tabel F (Taraf signifikan 0,05)
Tabel t (Taraf signifkan 0,05)
Tabel r (Taraf signifikan 0,05)
Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup