

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN DALAM
BERPINDAH MEREK KE ROKOK CAMEL**



**Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

**MUHAMMAD HAFIZH FAUZAN
NIM: 2010312310080
PROGRAM STUDI: MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2024**

LEMBAR LEGALITAS

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN DALAM
BERPINDAH MEREK KE ROKOK CAMEL**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
MUHAMMAD HAFIZH FAUZAN
NIM: 2010312310080

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal 16 April 2024 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM
NIP. 19670909 199303 1 001

Penguji I



Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM
NIP. 19720909 199903 2 001

Penguji II



M. Yndy Rachman, SE, MM
NIP. 19821023 200501 1 001

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
BANJARMASIN


Nama : Muhammad Hafizh Fauzan
NIM : 2010312310080
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan
Dalam Berpindah Merek Ke Rokok Camel
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : 16 April 2024

Tim Penguji

Pembimbing : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM


(.....)

Penguji I : Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM


(.....)

Penguji II : M. Yudy Rachman, SE, MM


(.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian skripsi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Muhammad Hafizh Fauzan
NIM : 2010312310080
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Dalam Bepindah Merek ke Rokok Camel
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : 16 April 2024
Waktu Ujian : 14.00 WITA

Disetujui oleh Dosen Pembimbing. Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan

Mahasiswa



Muhammad Hafizh Fauzan
NIM. 2010312310080

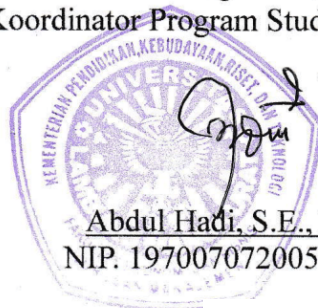
Dosen Pembimbing



Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM
NIP. 196709091993031001

Banjarmasin, 22 April 2024

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 197007072005011001

SURAT PENYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapa pun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 22 April 2024

Yang membuat Pernyataan,



Muhammad Hafizh Fauzan
NIM. 2010312310080

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Dalam Berpindah Merek ke Rokok Camel”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis tentunya menemukan hambatan dan kendala. Akan tetapi berkat bantuan, pengarahan, bimbingan, doa dan semangat dari semua pihak yang turut membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses pelaksanaan dan penulisan skripsi.
4. Ibu Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM dan Bapak M. Yudy Rachman, SE, MM selaku Dosen Penguji I dan II skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal penulis dalam menjalani

kehidupan pada masa yang akan datang serta seluruh Staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang banyak membantu penulis dan mewarnai kehidupan penulis didalam kampus.

6. Kedua orang tua tercinta Bapak Irwan Afiadin dan Ibu Fithri Erliana yang selalu memberi dukungan doa, tenaga, materil dan hal-hal yang tidak pernah bisa penulis balas.
7. Saudara Kandung Penulis yaitu Kak Nida dan Kak Fida yang selalu memberi dukungan dalam banyak hal kepada penulis.
8. Terimakasih tak terhingga kepada sahabat-sahabat penulis tercinta yang tidak pernah lelah bahu membahu untuk saling membantu tak terhingga dan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
9. Kepada hewan peliharaan saya yang ada di kolam serta di aquarium yaitu ikan Koi, ikan Molly, ikan Koki dan ikan Guppy yang selalu menemani saya saat sedang menyusun skripsi ini baik siang maupun malam hari.
10. Kepada diri saya sendiri Muhammad Hafizh Fauzan yang sudah berjuang dan bertahan sampai di titik ini.

Banjarmasin, 25 Maret 2023
Penulis,

Muhammad Hafizh Fauzan
NIM. 2010312310080

ABSTRACT

Muhammad Hafizh Fauzan (2024). *Analysis of Factors Considered in Switching Brands to Camel Cigarettes. Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Lambung Mangkurat University.*

Supervisor: Muhammad Riza Firdaus.

This research aims to find out and analyze what factors are considered when switching brands to Camel cigarettes.

This type of research is quantitative research. The population is smokers who have used or smoked other brands of cigarettes and then switched brands to the Camel brand. The total sample was 93 respondents. The sampling technique is purposive sampling using a questionnaire. The data analysis technique used is exploratory factor analysis.

The research results show that there are 5 factors formed with 18 indicator. These five factors are consumer perception factors regarding products and promotions, price factors, product availability factors, dissatisfaction factors with other brands and community effect factors.

Keywords: *Exploratory Factor Analysis, Brand Switching*

ABSTRAK

Muhammad Hafiz Fauzan (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Dalam Berpindah Merek ke Rokok Camel. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing: Muhammad Riza Firdaus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor apa saja yang dipertimbangkan dalam berpindah merek ke rokok Camel.

Jenis penelitian berupa penelitian kuantitatif. Populasi adalah perokok yang pernah memakai atau merokok rokok merek lain lalu berpindah merek ke merek Camel. Jumlah sampel sebanyak 93 responden. Teknik pengambilan sampel berupa purposive sampling menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis faktor eksploratori.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 faktor yang terbentuk dengan 18 indikator. Kelima faktor tersebut yaitu faktor persepsi konsumen terhadap produk dan promosi, faktor harga, faktor ketersediaan produk, faktor ketidakpuasan terhadap merek lain dan faktor efek komunitas.

Kata Kunci : Analisis Faktor Eksploratori, Perpindahan Merek

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematikan Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Perpindahan Merek	10
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perpindahan Merek	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN..	21
3.1 Kerangka Konseptual.....	21
3.2 Hipotesis Penelitian	22
BAB IV METODE PENELITIAN	23
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	23
4.2 Jenis Penelitian	23
4.3 Lokasi Penelitian	23
4.4 Unit Analisis	23
4.5 Populasi dan Sampel	24
4.5.1 Populasi	24
4.5.2 Sampel.....	24
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	25
4.6.1 Definisi Operasional Variabel	26
4.7 Teknik Pengumpulan Data	28
4.7.1 Kuesioner	29
4.8 Teknik Analisis Data	30
4.8.1 Analisis Deskriptif	30
4.8.2 Uji Validitas.....	30
4.8.3 Uji Reliabilitas	31
4.8.4 Uji Outlier	31
4.8.5 Analisis Faktor	33
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	38

5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
5.1.1 Identitas Objek Penelitian	38
5.1.2 Sejarah Singkat Objek Penelitian.....	38
5.2 Hasil dan Analisis	40
5.2.1 Karakteristik Responden	40
5.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	46
5.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	55
5.2.4 Analisis Data	57
5.2.5 Analisis Pertanyaan Terbuka	66
BAB VI PENUTUP	81
6.1 Kesimpulan.....	81
6.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	21
---------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lima Perusahaan Rokok dengan Aset Terbesar	2
Tabel 1.2 Perusahaan Rokok dengan Kapitalisasi Pasar	3
Tabel 1.3 Pra Survey Analisis Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Dalam Berpindah Merek Ke Rokok Camel.....	5
Tabel 2. 1 Perbandingan Variabel Penelitian ini Dengan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	41
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kota	41
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Tabel 5. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 5. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	43
Tabel 5. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Suku	43
Tabel 5. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	44
Tabel 5. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Merokok Camel	44
Tabel 5. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Sebelum Berpindah Merek ke Camel	45
Tabel 5. 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Merokok Dalam Sehari	46
Tabel 5. 12 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Harga (X1).....	47
Tabel 5. 13 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi (X2)	48
Tabel 5. 14 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Mencari Variasi (X3)	50
Tabel 5. 15 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Efek Komunitas (X4)	51
Tabel 5. 16 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk (X5)	52
Tabel 5. 17 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Ketersediaan Produk (X6).....	53
Tabel 5. 18 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Ketidakpuasan Konsumen (X7).....	54
Tabel 5. 19 Uji Validitas	56
Tabel 5. 20 Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 5. 21 Nilai <i>Bartlett's Test Of Sphericity</i> dan <i>Keiser-Meyer-Olkin Measure Of Sampling Adequacy</i> (KMO-MSA).....	59
Tabel 5. 22 Nilai <i>Measure Of Sampling Adequacy</i> (MSA).....	60
Tabel 5. 23 Nilai <i>eigenvalue, percentage of variance, dan cumulative percentage of variance</i> ke variabel yang diteliti	60
Tabel 5. 24 Component Matrix	62
Tabel 5. 25 Nilai <i>eigenvalue, percentage of variance, dan cumulative percentage of variance</i> ke variabel yang diteliti	63
Tabel 5. 26 Faktor-Faktor yang dipertimbangkan dalam berpindah merek ke rokok Camel	65
Tabel 5. 27 Jawaban Pertanyaan Terbuka 1	66
Tabel 5. 28 Jawaban Pertanyaan Terbuka 2	67
Tabel 5. 29 Jawaban Pertanyaan Terbuka 3	67

Tabel 5. 30 Jawaban Pertanyaan Terbuka 4	68
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban terbuka Responden	94
Lampiran 3 Deskripsi Responden	96
Lampiran 4 Hasil Deskriptif Harga.....	99
Lampiran 5 Hasil Deskriptif Promosi	100
Lampiran 6 Hasil Deskriptif Mencari Variasi	101
Lampiran 7 Hasil Deskriptif Efek Komunitas	101
Lampiran 8 Hasil Deskriptif Kualitas Produk.....	102
Lampiran 9 Hasil Deskriptif Ketersediaan Produk	103
Lampiran 10 Hasil Deskriptif Ketidakpuasan Konsumen	103
Lampiran 11 Hasil Analisis Deskriptif Harga	104
Lampiran 12 Hasil Analisis Deskriptif Promosi	104
Lampiran 13 Hasil Analisis Deskriptif Mencari Variasi	105
Lampiran 14 Hasil Analisis Deskriptif Efek Komunitas	105
Lampiran 15 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	105
Lampiran 16 Hasil Analisis Deskriptif Ketersediaan Produk	106
Lampiran 17 Hasil Analisis Deskriptif Ketidakpuasan Konsumen.....	106
Lampiran 18 Hasil Uji Validitas.....	107
Lampiran 19 Uji Reliabilitas.....	110
Lampiran 20 Hasil Uji Outlier	119
Lampiran 21 Output Analisis Faktor.....	122