



***ANALISIS BRAND SWITCHING PADA ONLINE  
MARKETPLACE SHOPEE OLEH GENERASI Z***

**SKRIPSI**

**SARAS MIRANDA PUTRI**

**1710111026**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**2021**



***ANALISIS BRAND SWITCHING PADA ONLINE  
MARKETPLACE SHOPEE OLEH GENERASI Z***

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**SARAS MIRANDA PUTRI**

**1710111026**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**

## **PERNYATAAN ORISNALITAS**

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Saras Miranda Putri

NIM : 1710111026

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pertanyaan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 4 Februari 2021  
Yang Menyatakan,

A yellow rectangular revenue stamp from Indonesia, labeled '10000' and 'METERAI TEMPEL'. It features the Garuda Pancasila emblem and a handwritten signature in black ink.

Saras Miranda Putri

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,  
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Saras Miranda Putri  
NIM : 1710111026  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen SI  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Universitas  
Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti (*Non-Exclusive  
Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul

### ***Analisis Brand Switching Pada Online Marketplace Shopee Oleh Generasi Z***

Beserta perangkat (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas  
Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalimmedia/  
formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan  
mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai  
penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta  
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 4 Februari 2021

Yang Menyatakan,



Saras Miranda Putri

# SKRIPSI

## **ANALISIS *BRAND SWITCHING* PADA *ONLINE MARKETPLACE* SHOPEE OLEH GENERASI Z**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**SARAS MIRANDA PUTRI 1710111026**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 4 Februari 2021  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Drs. Nobelson, M.M.**  
Ketua Penguji



**Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M.**  
Penguji I



**Yuliniar, S.E., M.M.**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Dianwicakasih Arietiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS.**  
\_Dekan



**Wahyudi, S.E., M.M.**  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 4 Februari 2021

# **ANALISIS BRAND SWITCHING PADA ONLINE MARKETPLACE SHOPEE OLEH GENERASI Z**

**By Saras Miranda Putri**

## ***Abstract***

*The emergence of various online marketplace brands has made customers make brand switching due to several factors. Using quantitative study with the purpose of identifying the effect of promotion, Service Quality, and Variety Seeking on brand switching. The population of this study are Shopee users and other online marketplaces born in the period 1995-2010 who live in the JABODETABEK area, with the total of 100 respondents as the used sample, and a non-probability sampling technique with purposive sampling as a sampling technique. Hypothesis testing uses the SPSS version 23 for Windows. The hypothesis in this study used a statistical method of multiple linear analysis with the t-test, f-test, and  $R^2$  test. This research shows that the promotion variable has an influence on brand switching with a T-test value of  $2.146 > 1.66$ , for Service Quality variables it has an influence on brand switching with a T-test value of  $3.279 > 1.661$ , and for the Variety Seeking variable there is also an influence on brand switching with T-test value  $2.156 > 1.661$ . The conclusion of this study is that it is important for marketers to pay attention to the variables of promotion, Service Quality, and Variety Seeking because they have the effect of making customers do brand switching.*

**Keywords :** *Brand switching, Promotion, Service Quality, Variety Seeking, and Online marketplace*

# **ANALISIS *BRAND SWITCHING* PADA *ONLINE MARKETPLACE* SHOPEE OLEH GENERASI Z**

**Oleh Saras Miranda Putri**

## **Abstrak**

Kemunculan berbagai merek *online marketplace*, membuat pelanggan melakukan *brand switching* yang disebabkan oleh beberapa faktor. Menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, *Service Quality*, serta *Variety Seeking* terhadap *brand switching*. Populasi dalam penelitian ini merupakan pengguna Shopee, serta *online marketplace* lain yang lahir dalam rentang tahun 1995-2010 yang berdomisili di wilayah JABODETABEK. Sampel yang diuji berjumlah 100 responden, dengan penggunaan teknik *non-probability sampling* dengan teknik penentuan sampel *purposive sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan alat uji SPSS versi 23 untuk Windows. Dalam menguji hipotesis, penelitian ini menggunakan metode statistik analisis linier berganda dengan uji t, uji f dan uji  $R^2$ . Penelitian ini menghasilkan bahwa variabel promosi berpengaruh pada *brand switching* dengan nilai uji T  $2,146 > 1,66$ , untuk variabel *Service Quality* memiliki pengaruh terhadap *brand switching* dengan nilai uji T  $3,279 > 1,661$ , serta untuk variabel *Variety Seeking* juga terdapat pengaruh terhadap *brand switching* dengan nilai uji T  $2,156 > 1,661$ . Kesimpulan dari penelitian ini adalah penting bagi pemasar untuk memperhatikan variabel promosi, *Service Quality*, dan *Variety Seeking* karena memiliki pengaruh untuk membuat pelanggan melakukan *brand switching*.

**Kata Kunci :** *Brand switching*, Promosi, *Service Quality*, *Variety Seeking*, dan *Online Marketplace*



**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Hari ini Kamis tanggal 4 Februari 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Saras Miranda Putri  
NIM : 1710111026  
Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

***Analisis Brand switching Pada OnlineMarketplace Shopee Oleh Generasi Z***

Dinyatakan yang bersangkutan ***Lulus / Tidak Lulus*** \*)

**Penguji**

| No. | Dosen Penguji                  | Jabatan        | Tanda Tangan                                                                          |
|-----|--------------------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Drs. Nobelson, M.M.            | Ketua          |  |
| 2   | Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M. | Anggota I      |  |
| 3   | Yuliniar, S.E., M.M.           | Anggota II **) |  |

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 4 Februari 2021  
Mengesahkan  
A.n. Dekan  
Kepala Program Studi  
Manajemen Program Sarjana



Wahyudi, S.E., M.M.



## PRAKATA

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis *Brand switching* Pada *Online marketplace* Shopee Oleh Generasi Z**” dengan baik guna sebagai syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Yuliniar, S.E., M.M. dan Ibu Rosali, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Disamping itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Bapak Mirato Tukija dan Ibu Ir. Erlinda Ningsih selaku orang tua saya yang selalu memberikan dukungan, doa dan menjadi sponsor utama dalam penulisan karya tulis ini. Tanpa adanya mereka belum tentu penelitian ini dapat berjalan dengan baik. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada orang-orang terdekat penulis. Untuk Riri yang membantu mencari referensi, untuk Syarifa yang selalu mendukung dan teman menyusun skripsi bersama, dan untuk Mas Day yang tidak hentinya dalam memberikan dukungan serta menemani dari awal proses penulisan. Tak lupa juga untuk pengikut setia @isawitbeforebai yang telah memberikan support sewaktu saya sakit dalam melakukan penulisan penelitian ini, untuk Gongji, Meta dan Dila, dan rekan kuliah lainnya sejak semester awal berkat dukungan kalian penulis bisa sampai ada di titik ini.

Jakarta, 4 Februari 2021

Saras Miranda Putri

## DAFTAR ISI

|                                                             |               |
|-------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....                                 | <b>i</b>      |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                                  | <b>ii</b>     |
| <b>PERNYATAAN ORISNALITAS</b> .....                         | <b>iii</b>    |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI</b> .....       | <b>iv</b>     |
| <b>PENGESAHAN</b> .....                                     | <b>iv</b>     |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                       | <b>vi</b>     |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                        | <b>vii</b>    |
| <b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....                     | <b>viii</b>   |
| <b>PRAKATA</b> .....                                        | <b>ix</b>     |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                     | <b>x</b>      |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                   | <b>xii</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                  | <b>xiii</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                | <b>xiv</b>    |
| <br><b>BAB I      PENDAHULUAN</b> .....                     | <br><b>1</b>  |
| 1.1      Latar Belakang .....                               | 1             |
| 1.2      Rumusan Masalah .....                              | 7             |
| 1.3      Tujuan Penelitian.....                             | 7             |
| 1.4      Manfaat Penelitian.....                            | 8             |
| <br><b>BAB II      TINJAUAN PUSTAKA</b> .....               | <br><b>10</b> |
| 2.1      Hasil Penelitian Sebelumnya.....                   | 10            |
| 2.2      Landasan Teori.....                                | 14            |
| 2.2.1      Pemasaran.....                                   | 14            |
| 2.2.2      Manajemen Pemasaran.....                         | 15            |
| 2.2.3      Perilaku Konsumen .....                          | 15            |
| 2.2.4      Perpindahan Merk ( <i>Brand Switching</i> )..... | 17            |
| 2.2.5      Promosi.....                                     | 18            |
| 2.2.6 <i>Service Quality</i> .....                          | 19            |
| 2.2.7 <i>Variety Seeking</i> .....                          | 20            |
| 2.3      Model Penelitian .....                             | 22            |
| 2.4      Hipotesis.....                                     | 22            |
| <br><b>BAB III      METODE PENELITIAN</b> .....             | <br><b>23</b> |
| 3.1      Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel ..... | 23            |
| 3.2      Populasi dan Sampel .....                          | 24            |
| 3.2.1      Populasi .....                                   | 24            |
| 3.2.2      Sampel.....                                      | 24            |
| 3.3      Teknik Pengumpulan Data .....                      | 25            |
| 3.3.1      Jenis Data .....                                 | 25            |
| 3.3.2      Sumber Data.....                                 | 26            |
| 3.3.3      Pengumpulan Data .....                           | 26            |
| 3.4      Teknik Analisis Data.....                          | 28            |
| 3.4.1      Analisis Inferensial.....                        | 28            |

|                             |                                                                       |           |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.4.2                       | Teknik Analisis Deskriptif .....                                      | 28        |
| 3.4.3                       | Uji Validitas dan Reliabilitas .....                                  | 28        |
| 3.4.4                       | Uji Asumsi Klasik .....                                               | 30        |
| 3.4.5                       | Uji Hipotesis.....                                                    | 31        |
| <b>BAB IV</b>               | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                     | <b>33</b> |
| 4.1                         | Deskripsi Objek Penelitian.....                                       | 33        |
| 4.1.1                       | Sejarah Shopee .....                                                  | 33        |
| 4.1.2                       | Generasi Z .....                                                      | 34        |
| 4.2                         | Deskripsi Data Penelitian .....                                       | 35        |
| 4.2.1                       | Deskripsi Data Responden .....                                        | 35        |
| 4.2.2                       | Analisis Deskriptif.....                                              | 37        |
| 4.2.3                       | Uji Validitas dan Reliabilitas .....                                  | 41        |
| 4.2.4                       | Uji Asumsi Klasik .....                                               | 43        |
| 4.3                         | Uji Hipotesis dan Analisis.....                                       | 46        |
| 4.3.1                       | Analisis Regresi Linier Berganda .....                                | 46        |
| 4.3.2                       | Pengujian Hipotesis .....                                             | 47        |
| 4.4                         | Pembahasan.....                                                       | 50        |
| 4.4.1                       | Pengaruh Promosi Terhadap <i>Brand switching</i> .....                | 50        |
| 4.4.2                       | Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Brand Switching</i> ..... | 52        |
| 4.4.3                       | Pengaruh <i>Variety Seeking</i> Terhadap <i>Brand Switching</i> ..... | 52        |
| 4.5                         | Keterbatasan Penelitian .....                                         | 53        |
| <b>BAB V</b>                | <b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                       | <b>55</b> |
| 5.1                         | Simpulan.....                                                         | 55        |
| 5.2                         | Saran.....                                                            | 56        |
| 5.2.1                       | Saran Teoritis .....                                                  | 56        |
| 5.2.2                       | Saran Praktis.....                                                    | 56        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> |                                                                       | <b>58</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP</b>        |                                                                       |           |
| <b>LAMPIRAN</b>             |                                                                       |           |

## DAFTAR TABEL

|           |                                                     |    |
|-----------|-----------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.  | Daftar <i>E-Commerce</i> Populer di Indonesia ..... | 2  |
| Tabel 2.  | Matrik Penelitian Terdahulu.....                    | 12 |
| Tabel 3.  | Pengukuran Variabel .....                           | 24 |
| Tabel 4.  | Tabel Skala Likert .....                            | 26 |
| Tabel 5.  | Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....                | 27 |
| Tabel 6.  | Jenis Kelamin .....                                 | 35 |
| Tabel 7.  | Pekerjaan .....                                     | 36 |
| Tabel 8.  | Penghasilan.....                                    | 36 |
| Tabel 9.  | Usia.....                                           | 37 |
| Tabel 10. | Uji Validitas .....                                 | 42 |
| Tabel 11. | Uji Reliabilitas.....                               | 43 |
| Tabel 12. | Hasil Uji Asumsi Klasik.....                        | 43 |
| Tabel 13. | Tabel uji regresi linier berganda.....              | 46 |
| Tabel 14. | Pengujian Menggunakan Uji-f ANOVA.....              | 48 |
| Tabel 15. | Pengujian Menggunakan Uji-t .....                   | 48 |
| Tabel 16. | Uji R .....                                         | 49 |
| Tabel 17. | Interpretasi Koefisien Korelasi.....                | 49 |
| Tabel 18. | Pengujian Menggunakan Uji t.....                    | 50 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |                                                                                |    |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.  | Jumlah Pengunjung <i>Marketplace</i> .....                                     | 2  |
| Gambar 2.  | Nilai Transaksi Top 3 <i>E-Commerce</i> .....                                  | 3  |
| Gambar 3.  | Model Penelitian Empiris .....                                                 | 22 |
| Gambar 4.  | Logo Shopee .....                                                              | 33 |
| Gambar 5.  | Penilaian Responden Terhadap Variabel Promosi.....                             | 38 |
| Gambar 6.  | Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Service Quality</i> .....             | 39 |
| Gambar 7.  | Penilaian Responden Terhadap Variabel Variabel<br><i>Variety Seeking</i> ..... | 40 |
| Gambar 8.  | Penilaian Responden Terhadap Variabel Variabel<br><i>Brand Switching</i> ..... | 41 |
| Gambar 9.  | Normal <i>Probability Plot</i> .....                                           | 44 |
| Gambar 10. | Gambar <i>Scatterplot</i> .....                                                | 46 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Uji Statistik SPSS
- Lampiran 3. Hasil Turnitin