

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN HARGA  
TERHADAP PERPINDAHAN MEREK ( *BRAND SWITCHING* ) DARI  
SMARTPHONE OPPO KE SMARTPHONE SAMSUNG**

(Survei Pada Pengguna Smartphone Oppo Yang Berpindah Merek Pada  
Smartphone Samsung Di Kabupaten Kuningan)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen



**AMELIA ADHANI**

**20200510178**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

### **PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK (*BRAND SWITCHING*) DARI SMARTPHONE OPPO KE SMARTPHONE SAMSUNG**

(Survei Pada Pengguna Smartphone Oppo yang Berpindah Merek Pada Smartphone Samsung di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh

**AMELIA ADHANI**  
**20200510178**

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2024 di hadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

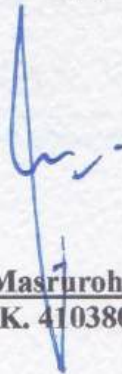
#### **Susunan Dewan Penguji :**

Penguji I,



**Dr. H. Iskandar, M.M**  
**NIP. 196205081987031003**

Penguji II,



**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy**  
**NIK. 41038091296**

Penguji III,



**Dr. Novi Satria Pradja, S.E., M.Si**  
**NIK. 41038072262**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP  
PERPINDAHAN MEREK (*BRAND SWITCHING*) DARI SMARTPHONE OPPO  
KE SMARTPHONE SAMSUNG**

(Survei Pada Pengguna Smartphone Oppo yang Berpindah Merek Pada Smartphone  
Samsung di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh

**AMELIA ADHANI**  
**20200510178**

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

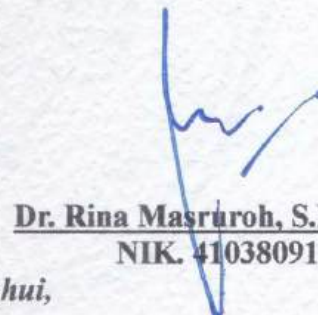
Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



**Prof. Dr. H. Disman, M.S**  
**NIP. 195902091084121001**




**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy**  
**NIK. 41038091296**

*Mengetahui,*

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepala Program Studi Manajemen



**Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si**  
**NIK. 41038971054**



**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy**  
**NIK. 41038091296**

## PERNYATAAN OTENTISITAS

Bismillaahirrahmaanirrahim,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini , nama **AMELIA ADHANI**, Nomor Induk Mahasiswa **20200510178** menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Dari Smartphone Oppo Ke Smartphone Samsung (Survei Pada Pengguna Smartphone Oppo yang Berpindah Merek Pada Smartphone Samsung di Kabupaten Kuningan)”** beserta isinya adalah benar karya sendiri, bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan ada klaim terhadap keaslian karya ini

Kuningan 16 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



Amelia Adhani

NIM. 20200510178

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

Hidup ini bagaikan skripsi, banyak bab dan revisi yang harus dilewati, tapi akan selalu berakhir indah, bagi yang pantang menyerah

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini adalah persembahan saya untuk ibu saya, keluarga, serta pasangan dan sahabat saya tak henti selalu support di setiap keadaan.

Terimakasih banyak

## ABSTRAK

**AMELIA ADHANI. 20200510178. Dibimbing : Prof. Dr. H.Disman, M.S, dan Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy. Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Dari Smartphone Oppo Ke Smartphone Samsung (Survei Pada Pengguna Smartphone Oppo yang Berpindah Merek Pada Smartphone Samsung di Kabupaten Kuningan). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. 2024.**

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan konsumen dan harga terhadap *brand switching*. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode survei. Jumlah keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner dan pengukurannya menggunakan skala *interval*, data yang didapat diolah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (H1) ketidakpuasan konsumen dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand switching*. (H2) ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand switching*. (H3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand switching*.

**Kata Kunci :** ketidakpuasan konsumen, harga , *brand switching*

## **ABSTRACT**

**AMELIA ADHANI. 20200510178. *The Effect of Consumers Dissatisfaction and Price on Brand Switching from Oppo Smartphones to Samsung Smartphones (Survey on Consumers of Oppo Smartphones that Switch Brands to Samsung Smartphones in Kuningan ). Management Studies Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Kuningan. 2024. Supervisor :Prof. Dr. H.Disman, M.S, dan Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy.***

*The purpose of this study was to determine the effect of consumer dissatisfaction and price on brand switching. The research method used by the author in this research is the survey method. The total number of samples in this study were 100 respondents. The data collection technique that the author use in this study are questionnaire and the measurement used an interval scale, the data obtained was processed using multiple linear regression analysis with the help of the SPSS version 25 application. The results showed that: (H1) consumer dissatisfaction and price had a positive and significant effect on brand switching. (H2) consumer dissatisfaction had a positive and significant effect on brand switching. (H3) price had a positive and significant effect on brand switching.*

**Keywords:** *consumer dissatisfaction, price, brand switching*

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh ketidakpuasan konsumen dan harga terhadap perpindahan merek (*brand switching*) pada smartphone merek Oppo ke Smartphone merek Samsung (survei pada pengguna Oppo dan Samsung di Kabupaten Kuningan)”

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan moril ataupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini.

Dengan segala keterbatasan yang ada, peneliti menyadari bahwa proposal ini jauh dari tingkat kesempurnaan sebagai suatu karya ilmiah, oleh sebab itu dengan segala kekurangan yang ada, peneliti berharap, semoga proposal ini dapat memberikan kontribusi positif bagi dunia Ekonomi dan Bisnis aamiin

Kuningan 16 Mei 2024

Amelia Adhani



## UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT, karena kehendak dari ridha – Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis sadar skripsi ini tidak akan selesai tanpa do'a dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Adapun dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Sartono dan Ibu Wastinah yang penuh perhatian dan kesabaran lahir batin membantu dan memotivasi penulis, kasih sayang dan do'a yang tidak henti – hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Disman, M.S selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ibu Dr. Rina Masruroh, SE.,M.E.Sy selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan sekaligus Pembimbing II yang telah membimbing secara terus menerus dan tidak mengenal lelah serta penuh kesabaran dalam memberikan arahan, saran – saran yang berharga sehingga terwujud skripsi ini.
4. Ibu Dr. Lili Kamela Fitriani, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

6. Pasangan serta sahabat penulis yang selalu memberikan suport, dukungan, dan semangat sehingga penulis bisa lebih semangat dalam mengerjakan skripsi ini sampai tuntas.

Kuningan, Mei 2024

Penulis

Amelia Adhani  
NIM.20200510178

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>PERNYAATAN OTENTISITAS</b>	
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS. 7</b>	
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1. Brand Switching.....	7
2.1.1.1. Pengertian <i>Brand Switching</i> .....	7
2.1.1.2. Indikator <i>Brand Switching</i> .....	8
2.1.1.3. Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i> .....	9
2.1.2. Ketidakpuasan Konsumen.....	12
2.1.2.1. Pengertian Ketidakpuasan Konsumen.....	12
2.1.2.2. Indikator Ketidakpuasan Konsumen .....	13
2.1.2.3. Faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan konsumen .....	14
2.1.3. Harga.....	14
2.1.3.1. Pengertian Harga.....	14
2.1.3.2. Dimensi harga .....	15
2.1.3.3. Indikator Harga .....	17

2.1.3.4.	Faktor faktor yang mempengaruhi harga .....	18
2.2.	Hubungan antar variabel .....	19
2.2.1.	Pengaruh ketidakpuasan konsumen dan harga terhadap <i>Brand Switching</i> .....	19
2.2.2.	Pengaruh ketidakpuasan konsumen terhadap <i>Brand Switching</i> ...	20
2.2.3.	Pengaruh harga terhadap <i>Brand Switching</i> .....	20
2.3.	Penelitian Terdahulu .....	21
2.4.	Kerangka Berpikir .....	25
2.5.	Hipotesis.....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
3.1.	Metode Penelitian.....	29
3.2.	Operasionalisasi Variabel.....	30
3.3.	Populasi dan Sampel .....	33
3.3.1.	Populasi .....	33
3.3.2.	Sampel.....	33
3.4.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1.	Data .....	34
3.4.2.	Teknik pengumpulan data .....	34
3.5.	Uji Instrumen .....	35
3.5.1.	Uji Validitas .....	35
3.5.2.	Uji Reliabilitas .....	37
3.6.	Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1.	Analisis Deskriptif .....	39
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik .....	39
3.6.2.1.	Uji Normalitas .....	40
3.6.2.2.	Uji Multikolinearitas .....	40
3.6.2.3.	Uji Heterokedastisitas .....	40
3.6.3.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.6.4.	Koefisien Determinasi.....	41
3.6.5.	Uji Hipotesis.....	41
3.6.5.1.	Uji F (Uji Simultan) .....	42
3.6.5.2.	Uji T (Uji Parsial).....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>45</b>
4.1.	Hasil Penelitian .....	45

4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.1.2.	Gambaran Karakteristik Responden .....	45
4.1.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.1.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.1.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
4.1.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	48
4.1.3.	Analisis Deskriptif .....	49
4.1.3.1.	Analisis Deskriptif Ketidakpuasan Konsumen .....	50
4.1.3.2.	Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2) .....	52
4.1.3.3.	Analisis Deskriptive Variabel <i>Brand Switching</i> (Y).....	55
4.1.4.	Uji asumsi klasik.....	58
4.1.4.1.	Uji Normalitas.....	58
4.1.4.2.	Uji Multikolinearitas .....	59
4.1.4.3.	Uji Heterokedastisitas .....	60
4.1.5.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
4.1.6.	Koefisien Determinasi.....	62
4.1.7.	Uji hipotesis .....	62
4.1.7.1.	Uji F (Simultan) .....	62
4.1.7.2.	Uji T (Parsial).....	63
4.2.	Pembahasan.....	65
4.2.1.	Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Harga terhadap <i>Brand Switching</i> .....	65
4.2.2.	Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen terhadap <i>Brand Switching</i> .	66
4.2.3.	Pengaruh Harga terhadap <i>Brand Switching</i> .....	66
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
5.1.	Kesimpulan .....	68
5.2.	Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>73</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Market Share Smartphone di Indonesia 2021 – 2023.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1	Oprasionalisasi Variabel.....	31
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Kuisioner Ketidakpuasan Konsumen (X1).....	35
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Kuisioner Harga (X2).....	36
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Kuisioner <i>Brand Switching</i> (Y).....	37
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Kuisioner Ketidakpuasan Konsumen (X1).....	38
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Kuisioner Harga(X2).....	38
Tabel 3.7	Hasil Uji Reliabilitas Kuisioner <i>Brand Switching</i> (Y).....	38
Tabel 4.1	Statistik Deskriptif Ketidakpuasan Konsumen.....	50
Tabel 4.2	Statistik Deskriptif Harga.....	53
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif <i>Brand Switching</i> .....	55
Tabel 4.4	Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.6	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	60
Tabel 4.7	Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
Tabel 4.8	Koefisien Determinasi.....	62
Tabel 4.9	Hasil Uji F (Simultan).....	63
Tabel 4.10	Hasil Uji T (Parsial).....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perpindahan Merek dari Oppo ke Samsung di Kabupaten Kuninggan.....	4
Gambar 2.1	Model Penelitian.....	27
Gambar 3.1	Skala Interval.....	34
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Gambar 4.5	Daerah Kuisoner Variabel Ketidakpuasan Konsumen.....	52
Gambar 4.6	Daerah Kuisoner Variabel Harga.....	55
Gambar 4.7	Daerah Kuisoner Variabel <i>Brand Switching</i> .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi  
Berita Acara Bimbingan Skripsi  
Berita Acara Bimbingan Skripsi Online  
Transkrip Aktivitas Kemahasiswaan
- Lampiran II : Surat Pengantar Kuisioner Penelitian  
Identitas Responden  
Petunjuk Pengisian  
Google Formulir
- Lampiran III : Karakteristik Responden Penelitian  
Data Variabel Ketidakpuasan Konsumen (X1)  
Data Variabel Harga (X2)  
Data Variabel *Brand Switching* (Y)
- Lampiran IV : Output Hasil Analisis Perhitungan SPSS Versi 25
- Lampiran V : Tabel r (taraf signifikan 0,05)  
Tabel F (taraf signifikan 0,05)  
Tabel t (taraf signifikan 0,05)  
Daftar Riwayat Hidup