

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP *BRAND SWITCHING BEHAVIOR***

(Survei pada Mantan Pengguna *Smartphone* Samsung yang Bepindah ke *Brand Smartphone* lain di Kecamatan Kuningan)

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Muslim Salim Falah Hibatullah

20200510427



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP *BRAND SWITCHING BEHAVIOR***

(Survey Pada Mantan Pengguna *Smartphone* Samsung yang Berpindah ke *Brand Smartphone* lain di Kecamatan Kuningan)

Disusun Oleh :

MUSLIM SALIM FALAH HIBATULLAH
20200510427

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2024 dihadapan dewan penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan

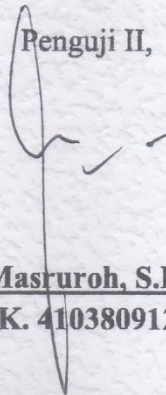
Susunan Dewan Penguji :

Penguji I,



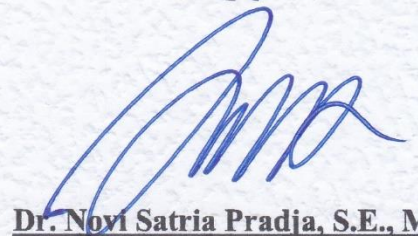
Dr. H. Iskandar, M.M.
NIP. 19620508198701003

Penguji II,



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

Penguji III,



Dr. Novi Satria Pradia, S.E., M. Pd
NIK. 4103072262

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP *BRAND SWITCHING BEHAVIOR***

(Survey Pada Mantan Pengguna *Smartphone* Samsung yang Berpindah ke *Brand Smartphone* lain di Kecamatan Kuningan)

Disusun Oleh :

MUSLIM SALIM FALAH HIBATULLAH
20200510427

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, 3 Juli 2024

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Dr. H. Iskandar, M.M.
NIP. 19620508198701003



Yasir Maulana, S.E., M.S.M
NIK. 410109810237

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si.
NIK. 41038971054

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

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muslim Salim Falah Hibatullah

NIM : 20200510427

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap *Brand Switching Behavior* (Survei pada Mantan Pengguna *Smartphone* Samsung yang Berpindah ke *Brand Smartphone* lain di Kecamatan Kuningan)**” beserta seluruh isinya merupakan benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang telah ditetapkan pada saat penyusunan skripsi ini. Atas pernyataan yang saya buat, saya bersedia menanggung risiko ataupun sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila terdapat pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi saya ini ataupun ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Muslim Salim Falah Hibatullah

NIM : 20200510427

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Result is important more than the output”

“Nikmati setiap proses dari apa yang kamu kerjakan untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua, seluruh keluarga, sahabat, hingga teman-teman saya yang turut memberikan banyak dukungan mental, maupun material, dari do'a hingga nasihat yang selalu menyemangati saya, hingga saya dapat menyelesaikan studi ini.

ABSTRAK

Muslim Salim Falah Hibatullah, NIM : 20200510427, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap *Brand Switching Behavior* (Survei pada Mantan Pengguna *Smartphone* Samsung yang Berpindah ke *Brand Smartphone* lain di Kecamatan Kuningan). Dibimbing oleh Bapak Dr. H. Iskandar, M.M dan Bapak Yasir Maulana, S.E., M.S.M. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh dari Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap *Brand Switching Behavior* yang dilakukan oleh para pengguna *Smartphone* yang pernah menggunakan *Brand* Samsung, namun telah berpindah ke *Brand Smartphone* lain di Kecamatan Kuningan. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 110 responden. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga dari merek *Smartphone* yang digunakan sekarang secara bersama sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Brand Switching Behavior* dari produk *Smartphone* Samsung ke merek *Smartphone* lain. Kualitas Produk dari merek *Smartphone* yang digunakan sekarang berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Switching Behavior* dari *Smartphone* Samsung ke merek *Smartphone* lain. Citra Merek dari merek *Smartphone* yang digunakan sekarang berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap *Brand Switching Behavior* dari *Smartphone* Samsung ke merek *Smartphone* lain. Persepsi Harga dari merek *Smartphone* yang digunakan sekarang berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap *Brand Switching Behavior* dari *Smartphone* Samsung ke merek *Smartphone* lain.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, *Brand Switching Behavior*.

ABSTRACT

Muslim Salim Falah Hibatullah, NIM : 20200510427, *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on Brand Switching Behavior (Survey of Former Samsung Smartphone Users Who Switched to Another Smartphone Brand in Kuningan District). Supervised by Mr. Dr. H. Iskandar, M.M and Mr. Yasir Maulana, S.E., M.S.M. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University.*

This research aims to determine the influence of product quality, brand image and price perception on brand switching behavior carried out by former Samsung smartphone users in Kuningan District. The method used in this research was conducted using quantitative methods. The number of samples in this study was 110 respondents. The data collection technique in this research use multiple linear analysis. The research results show that Product Quality, Brand Image and Price Perception of the Smartphone brand currently used together had a significant influence on Brand Switching Behavior from Samsung Smartphone products to other Smartphone brands. The product quality of the Smartphone brand used now had a positive and significant influence on Brand Switching Behavior from Samsung Smartphones to other Smartphone brands. The brand image of the smartphone brand currently used had a positive and significant influence on brand switching behavior from Samsung smartphones to other smartphone brands. The price perception of the Smartphone brand currently used had a positive and significant effect on Brand Switching Behavior from Samsung Smartphones to other Smartphone brands.

Keywords : Product Quality, Brand Image, Price Perception, Brand Switching Behavior.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan saya kesehatan dan kemampuan untuk dapat menyelesaikan tugas ini.

Proposal dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap *Brand Switching Behavior* (Survei pada Mantan Pengguna *Smartphone* Samsung yang Berpindah ke *Brand Smartphone* lain di Kecamatan Kuningan)**“ ini dibuat dengan tujuan untuk meneliti mengenai pengaruh dari kualitas produk, brand image, dan Persepsi Harga terhadap keputusan konsumen untuk melakukan brand switching dari brand *smartphone* Samsung

Saya berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi para pemasar dan pengambil keputusan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif.

Saya menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang secara langsung, maupun secara tidak langsung berperan dalam penelitian yang dilakukan.

Saya sangat berterima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini, karena dengan bantuan mereka, saya dapat menyusun penelitian ini.

Kuningan, Juni 2024

Penulis,

Muslim Salim Falah Hibatullah

NIM : 20200510427

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah rabbil 'aalamiin, Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat juga hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk bisa menggapai gelar Sarjana (S1) di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan (UNIKU) dengan judul skripsi “**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap *Brand Switching Behavior* (Survei Pada Mantan Pengguna *Smartphone* Samsung yang Berpindah ke *Brand Smartphone* lain di Kecamatan Kuningan)**”.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari, bahwa penyusunan skripsi ini tidak mungkin bisa diselesaikan tanpa adanya Ridho dari Allah SWT, dan juga berbagai bantuan yang didapatkan oleh penulis dari berbagai pihak. Penulis mengalami banyak hambatan, dan kesulitan dalam penyusunan skripsi ini, namun penulis mendapatkan banyak bantuan berupa bimbingan, arahan, dukungan, motivasi, hingga dana dari berbagai pihak yang mendukung dalam penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, penulis dengan sangat tulus mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Dr. H. Iskandar, M.M selaku dosen pembimbing 1 yang selalu meluangkan waktunya dalam membimbing, memotivasi, menasihati dan memberikan banyak masukan dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Yasir Maulana, S.E., M.S.M selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktunya untuk dapat membimbing, mengarahkan, membenahi, hingga meluruskan kesalahan yang penulis buat dalam penyusunan skripsi.
3. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan
4. Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy selaku Kepala Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

6. Faishal Rahimi, S.E., M.M. selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan, serta arahan dalam kegiatan perkuliahan.
7. Keempat orang tua yang saya sayangi, yaitu Bapak Agus Djoko Kuspito, Bapak Agus Septian, Ibu Deti, dan Ibu Siti Fatimah, serta seluruh keluarga yang saya cintai. Terimakasih atas dukungan, pengorbanan, serta do'a yang tanpa henti mengiringi setiap perjalanan hidup penulis, terutama dari awal penyusunan skripsi hingga selesai.
8. Seluruh civitas dan dosen Universitas Kuningan, terutama dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen.
9. Seluruh responden yang telah bekerjasama dalam penelitian yang dilakukan penulis.
10. Seluruh Anggota Kelas MANAJEMEN 13 Angkatan 2020 yaitu, Alifia Nurul Aeni, Edin Junaedin, Farhan Anhara, Khairun Nisa, Nida Amelia Hammidah, Nopi Anggraeni, dan Nurdiah Maulida yang selalu bersama disaat suka, maupun duka, selalu saling menghibur, serta selalu bisa diajak bekerjasama dalam seluruh kegiatan perkuliahan, terutama dalam mengikuti dan mendengarkan kemauanku yang keras kepala.
11. Teman-teman seperjuangan, Mahasiswa Universitas Kuningan Angkatan 2020 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, serta berbagai pihak yang terkait dalam penyelesaian skripsi ini

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya bagi kita semua. Terimakasih atas semua do'a serta dukungan yang telah diberikan selama ini, semoga bisa menjadi amal ibadah dihadapan Allah SWT.

Kuningan, Juni 2024

Penulis

Muslim Salim Falah Hibatullah

NIM : 20200510427

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>Brand Switching Behavior</i>	11
2.1.2 Kualitas Produk.....	14
2.1.3 Citra Merek	19

2.1.4	Persepsi Harga.....	22
2.1.5	Penelitian Terdahulu	24
2.2	Hubungan Antar Variabel.....	30
2.3	Kerangka Berpikir	32
2.4	Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Metode Penelitian.....	35
3.2	Operasional Sesi Variabel	35
3.3	Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1	Populasi	38
3.4	Alat Pengumpulan Data.....	39
3.5	Uji Instrumen.....	40
3.5.1	Uji Validitas	40
3.5.2	Uji Reliabilitas	44
3.6	Analisis Data	47
3.6.1	Analisis Deskriptif	47
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6.3	Analisis Regresi Berganda	48
3.6.4	Koefisien Determinasi.....	49
3.6.5	Uji Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Hasil Penelitian.....	52
4.1.1	Gambaran Umum <i>Smartphone</i> Samsung.....	52
4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden	54
4.1.3	Teknik Analisis Data.....	59

4.1.4	Koefisien Determinasi (R^2) dan Uji F.....	67
4.1.5	Persamaan Regresi dan Uji T.....	69
4.2	Pembahasan.....	71
4.2.1	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap <i>Brand Switching Behavior</i>	72
4.2.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Brand Switching Behavior</i>	73
4.2.3	Pengaruh Citra Merek terhadap <i>Brand Switching Behavior</i>	74
4.2.4	Pengaruh Persepsi Harga terhadap <i>Brand Switching Behavior</i>	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	79
5.2.1.	Saran Bagi Perusahaan.....	79
5.2.2.	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Tabel Perkembangan Skor Indeks Smartphone yoy	3
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1. Operasional Variabel.....	35
Tabel 3. 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)	41
Tabel 3. 3. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2).....	42
Tabel 3. 4. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X3)	43
Tabel 3. 5. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Switching Behavior (Y).....	44
Tabel 3. 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	45
Tabel 3. 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X2)	46
Tabel 3. 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga (X3)	46
Tabel 3. 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Switching Behavior (Y).....	47
Tabel 4. 1. Data Karakteristik Umur Responden.....	55
Tabel 4. 2. Data Karakteristik Pekerjaan Responden.....	56
Tabel 4. 3. Data Karakteristik Pendapatan Responden.....	58
Tabel 4. 4. Statistik Deskriptif Variabel Brand Switching Behavior	59
Tabel 4. 5. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	60
Tabel 4. 6. Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	61
Tabel 4. 7. Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga	63
Tabel 4. 8. Tabel Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4. 9. Tabel Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4. 10. Koefisien Determinasi.....	67
Tabel 4. 11. Tabel Hasil Uji F.....	67
Tabel 4. 12. Tabel Hasil Uji T.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Grafik Perkembangan Pangsa Pasar Smartphone yoy	3
Gambar 1. 2. Pie Chart Survei Pra-Penelitian.....	4
Gambar 1. 3. Pie Chart Survei Pra-Penelitian.....	4
Gambar 1. 4. Pie Chart Survei Pra-Penelitian.....	5
Gambar 1. 5. Pie Chart Survei Pra-Penelitian.....	5
Gambar 1. 6. Pie Chart Pilihan Brand Smartphone Responden.....	6
Gambar 4. 1. Contoh Produk Smartphone Samsung.....	53
Gambar 4. 2. Pie Chart Karakteristik Responden Berdsarkan Jenis Kelamin	54
Gambar 4. 3. Pie Chart Karakteristik Responden Berdsarkan Umur.....	55
Gambar 4. 4. Grafik Karakteristik Responden Berdsarkan Pekerjaan.....	57
Gambar 4. 5. Pie Chart Karakteristik Responden Berdsarkan Pendapatan.....	58

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir.....	33
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I : Surat Pengantar Bimbingan, Berita Acara Bimbingan
Skripsi dan TAK
- LAMPIRAN II : Draft Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN III : Hasil Kuesioner (Jawaban Responden)
- LAMPIRAN IV : Karakteristik Responden
: Hasil Uji Validitas
: Hasil Uji Reliabilitas
: Tabel Statistik Deskriptif
: Tabel Hasil Uji Normalitas
: Tabel Hasil Uji Multikolinearitas dan Uji T
: Koefisien Determinasi
: Tabel Hasil Uji F
- LAMPIRAN V : r Tabel
: f Tabel
: t Tabel