

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY PRODUCT, CUSTOMER
DISSATISFACTION* DAN *LIFESTYLE* TERHADAP *BRAND SWITCHING*
DARI *SMARTPHONE* ANDROID KE IPHONE PADA GEN Z DI JAWA
BARAT MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI MEDIASI DAN *SOCIAL
MEDIA INFLUENCE* SEBAGAI MODERASI**

TESIS

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar
Magister Manajemen**

Oleh:

Galih Adam Firdaus

20231710003



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KUNINGAN
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY PRODUCT*, *CUSTOMER DISSATISFACTION*, DAN *LIFESTYLE* TERHADAP *BRAND SWITCHING* DARI *SMARTPHONE* ANDROID KE IPHONE PADA GEN Z DI JAWA BARAT MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI MEDIASI DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCE* SEBAGAI MODERASI

TESIS

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Magister Manajemen

Oleh :

GALIH ADAM FIRDAUS
20231710003

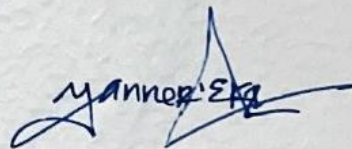
Telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada tanggal seperti tertera dibawah ini
Kuningan, 13 Juni 2025

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Dr. Yanneri Elfa Kiswara R., M.M.
NIK. 410101890261

Mengetahui/Menyetujui

Kepala Program Studi



Dr. Yanneri Elfa Kiswara R., M.M.
NIK. 410101890261

Direktur Pasca Sarjana



Dr. Entin Jumanjanti, M.Pd
NIK. 410104720217

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY PRODUCT, CUSTOMER DISSATISFACTION*, DAN *LIFESTYLE* TERHADAP *BRAND SWITCHING* DARI *SMARTPHONE* ANDROID KE IPHONE PADA GEN Z DI JAWA BARAT MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI MEDIASI DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCE* SEBAGAI MODERASI

Oleh :

GALIH ADAM FIRDAUS
20231710003

TESIS

Telah berhasil mempertahankan Tesisnya pada tanggal 13 Juni 2025
dihadapan Dewan Penguji. Tesis ini disahkan sebagai persyaratan untuk
Mendapatkan Gelar Magister Manajemen di Sekolah Pascasarjana
Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penguji

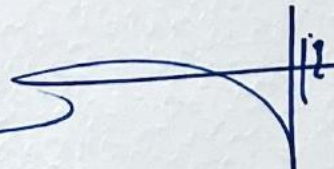
Penguji I

Penguji II

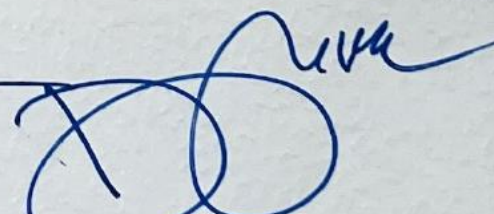
Penguji III



Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si.
NIK. 41038971055



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



Dr. Dede Diuniardi., M.M.
NIK. 41038031154

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (*magister*), baik di Universitas Kuningan maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Kuningan.

Kuningan, 13 Juni 2025
Yang membuat pernyataan,



Galih Adam Firdaus
20231710003

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Kesuksesan tidak datang dari kecerdasan semata, melainkan dari ketekunan dan kesabaran yang dijalani dengan sungguh-sungguh serta doa yang senantiasa menyertai setiap langkah, karena proses yang dilalui dengan penuh kesungguhan tidak akan mengkhianati hasil, dan ilmu yang dimiliki menjadi cahaya bagi pikiran dalam menuntun usaha menuju keberhasilan.

Persembahan :

Sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dalam meraih cita-cita

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk Bapak dan Ibu, terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar Ini. Terima kasih juga atas limpahan do'a yang tak berkesudahan. Serta segala hal yang telah Bapak dan Ibu lakukan, semua yang terbaik.

ABSTRACT

Galih Adam Firdaus. NIM. 20231710003. The Influence of Perceived Product Quality, Customer Dissatisfaction, and Lifestyle on Brand Switching from Android Smartphones to iPhones among Gen Z in West Java through Brand Trust as a Mediator and Social Media Influence as a Moderator. Thesis. Universitas Kuningan. Advisor I: Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, M.Si. Advisor II: Dr. Yanneri Elfa Kiswara, M.M.

This study aims to analyze the influence of Perceived Quality, Customer Dissatisfaction, and Lifestyle on Brand Switching from Android smartphones to iPhones, with Brand Trust as a mediating variable and Social Media Influence as a moderating variable. The research employs a survey method with a quantitative descriptive approach. The population consists of Gen Z individuals in West Java who have switched from Android to iPhone, with a sample of 200 respondents determined using Hair's formula. Data were analyzed using SEM-PLS. The results show that Perceived Quality, Customer Dissatisfaction, and Lifestyle have a positive and significant effect on Brand Switching. Brand Trust also has a positive and significant effect on Brand Switching and is proven to mediate the influence of all three independent variables. This indicates that brand trust strengthens the relationship between perceived quality, customer dissatisfaction, and lifestyle with the decision to switch brands. Furthermore, Social Media Influence moderates the relationship between Brand Trust and Brand Switching, suggesting that social media amplifies the effect of brand trust in encouraging brand switching among Gen Z.

Keywords: *Perceived Quality, Customer Dissatisfaction, Lifestyle, Brand Trust, Social Media Influence, Brand Switching*

ABSTRAK

Galih Adam Firdaus. NIM. 20231710003. Pengaruh *Perceived Quality Product*, *Customer Dissatisfaction*, dan *Lifestyle* terhadap *Brand Switching* dari *Smartphone* Android ke iPhone pada Gen Z di Jawa Barat melalui *Brand Trust* sebagai Mediasi dan *Social Media Influence* sebagai Moderasi. Tesis. Universitas Kuningan. Pembimbing I. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, M.Si. Pembimbing II : Dr. Yanneri Elfa Kiswara, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Quality*, *Customer Dissatisfaction*, dan *Lifestyle* terhadap *Brand Switching* dari HP Android ke iPhone, dengan *Brand Trust* sebagai variabel mediasi dan *Social Media Influence* sebagai variabel moderasi. Penelitian menggunakan metode survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian adalah Gen Z di Jawa Barat yang telah beralih dari Android ke iPhone, dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden, ditentukan menggunakan rumus Hair. Analisis data dilakukan menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Quality*, *Customer Dissatisfaction*, dan *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Switching*. *Brand Trust* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Switching*, serta terbukti mampu memediasi pengaruh dari ketiga variabel independen tersebut. Artinya, kepercayaan terhadap merek memperkuat hubungan antara kualitas yang dirasakan, ketidakpuasan konsumen, dan gaya hidup dengan keputusan berpindah merek. Selain itu, *Social Media Influence* memoderasi hubungan antara *Brand Trust* dan *Brand Switching*, yang menunjukkan bahwa pengaruh media sosial dapat memperkuat efek kepercayaan terhadap merek dalam mendorong perpindahan merek di kalangan Gen Z

Kata kunci : *Perceived Quality*, *Customer Dissatisfaction*, *Lifestyle*, *Brand Switching*, *Social Media Influence* dan *Brand Switching*.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tesis yang berjudul “Pengaruh *Perceived Quality Product*, *Customer Dissatisfaction*, dan *Lifestyle* terhadap *Brand Switching* dari *Smartphone* Android ke iPhone pada Gen Z di Jawa Barat melalui *Brand Trust* sebagai Mediasi dan *Social Media Influence* sebagai Moderasi”. tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi seminar usulan tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Universitas Kuningan. Dalam penyusunannya, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, serta masukan berharga dari berbagai pihak.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi perbaikan penelitian ini di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga proposal tesis ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu manajemen keuangan maupun bagi pihak yang berkepentingan.

Kuningan, 13 Juni 2025
Penulis

Galih Adam Firdaus

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahilahi bil'alamim, dari awal proses hingga pada tahap akhir penyusunan Tesis ini, penulisan mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, semangat, dan Motivasi dari berbagai pihak yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan Tesis ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan tulus memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan.
2. Dr. Entin Jumantini, M.Pd. selaku Direktur Sekolah Pascasarjana Universitas Kuningan.
3. Dr. Yanneri Elfa Kiswara, M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Kuningan.
4. Dr. Lili Karmela Fitriani, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan Tesis ini.
5. Dr. Yanneri Elfa Kiswara, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang sudah meluangkan waktu dalam membimbing penulis.
6. Dr. Herma Wiharno, M.Si. selaku Pembimbing Akademik.
7. Bapak/Ibu Dosen Pengampu Mata Kuliah di Program Studi Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Kuningan.
8. Jajaran Staf Program Magister Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Kuningan.
9. Kedua orang tua tercinta Drs H. Iman Nuryaman dan Hj. Enting Satri, atas segala doa, dukungan moril dan materil, kasih sayang, serta semangat yang tiada pernah putus.
10. Seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Oshi Nurwidya Astuti, S.T. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis, berkontribusi dalam penulisan tesis ini, memberikan dukungan, semangat, tenaga. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penyusunan, hingga penyusunan tesis ini selesai.

11. Diri saya sendiri Galih Adam Firdaus. Apresiasi yang sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Tetaplah menjadi pribadi yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba.
12. Rekan-rekan mahasiswa Magister Manajemen Universitas Kuningan 2022 (2), 20223 (1), atas kebersamaan, diskusi, dan dukungan selama proses perkuliahan dan penyusunan tesis.
13. Serta semua pihak yang telah membantu dalam melaksanakan penelitian yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih memiliki banyak keterbatasan, untuk itu saran beserta kritikan yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan masukan untuk perbaikan di masa mendatang. Harapan penulis, semoga tesis ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen, serta bermanfaat bagi pembaca.

Kuningan, 13 Juni 2025

Penulis

Galih Adam Firdaus

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRACT i

ABSTRAK ii

KATA PENGANTAR iii

UCAPAN TERIMA KASIH iv

DAFTAR ISI vi

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR TABEL x

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 11

1.3 Tujuan Penelitian 12

1.4 Manfaat Penelitian 13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 14

2.1 Landasan Teori 14

2.1.1 *Brand Switching* 14

2.1.1.1 Faktor-faktor yang (*Brand Switching*) 14

2.1.1.2 Indikator *Brand Switching* 15

2.1.2 *Perceived Quality* (Persepsi Kualitas) 16

2.1.2.1 Faktor yang Mempengaruhi *Perceived Quality* 17

2.1.2.2 Indikator Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*) 18

2.1.3 Consumer Dissatisfaction 19

2.1.3.1 Faktor yang Mempengaruhi Consumer Dissatisfaction 19

2.1.3.2 Indikator Ketidakpuasan Konsumen 20

2.1.4 *Lifestyle* 21

2.1.4.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup 22

2.1.4.2 Indikator Gaya Hidup 23

2.1.5 *Social Media Influence* 24

2.1.5.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Social Media Influence* 25

2.1.5.2 Indikator <i>Social Media Influence</i>	26
2.1.6 Brand Trust.....	27
2.1.6.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepercayaan.....	27
2.1.6.2 Indikator <i>Brand Trust</i>	28
2.2 Hubungan antar Variabel	29
2.2.1 Hubungan <i>Perceived Quality</i> dengan <i>Brand Switching</i>	29
2.2.2 Hubungan <i>Consumer Dissatisfaction</i> dengan <i>Brand Switching</i>	30
2.2.3 Hubungan <i>Lifestyle</i> dengan <i>Brand Switching</i>	30
2.2.4 Hubungan Brand Trust Memediasi Pengaruh <i>perceived quality</i> , customer dissatisfaction dan life style dengan <i>Brand Switching</i>	31
2.3 Penelitian Terdahulu	45
2.4 Kerangka Pemikiran.....	54
2.4.1 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	54
2.4.2 Pengaruh <i>Consumer Dissatisfaction</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	54
2.4.3 Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	55
2.4.4 Sosial Media Influence Memoderasi Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap <i>Brand Switching</i>	55
2.4.5 Sosial Media Influence Memoderasi Pengaruh <i>Consumer</i> <i>Dissatisfaction</i> Terhadap <i>Brand Switching</i>	56
2.4.6 Hubungan Sosial Media Influence Memoderasi Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap <i>Brand Switching</i>	57
2.4.7 Brand Trust Memediasi Pengaruh <i>perceived quality</i> , customer dissatisfaction dan life style terhadap <i>Brand Switching</i>	57
2.5 Hipotesis Penelitian.....	58
BAB III METODE PENELITIAN	60
3.1 Metode Penelitian.....	60
3.2 Operasional Variabel.....	60
3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.3.1 Data	64
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.3.3 Populasi dan Sampel	65
3.3.4 Uji Instrumen	66
3.4 Teknik Analisis Data.....	67
3.4.1 Analisis Deskriptif	67
3.4.2 Analisis Verikatif	69

3.4.2.1 Analisis SEM	69
3.4.3 Uji Hipotesis.....	72
3.4.4 Model SEM PLS	74
BAB 1V HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Hasil Penelitian	75
4.1.1 Karakteristik Responden	77
4.1.2 Hasil Analisis Data.....	81
4.1.2.1 Analisis Deskriptif	81
4.1.2.2 Distribusi Jawaban Responden	82
4.1.2.3 Analisis Validitas dan Realibilitas	95
4.1.3 Evaluasi Inner Model	102
4.2 Pembahasan.....	109
4.2.1 Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Switching.....	109
4.2.2 Pengaruh Consumer Dissatisfaction terhadap Brand Switching.....	112
4.2.3 Pengaruh Lifestyle terhadap Brand Switching.....	114
4.2.4 Brand Trust Memediasi Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Switching.....	116
4.2.5 Brand Trust Memediasi Pengaruh Consumer Dissatisfaction Terhadap Brand Switching.....	119
4.2.6 Brand Trust Memediasi Pengaruh Lifestyle Terhadap Brand Switching	121
4.2.7 Pengaruh Brand Trust terhadap Brand Switching.....	124
4.2.8 Social Media Influence memoderasi Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Switchin.....	126
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	131
5.1 Kesimpulan	131
5.2 Saran.....	132
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN.....	142
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	163

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Kebutuhan Gen Z Bulanan	2
Gambar 1. 2 Preferensi Konsumen terhadap Merek Android tahun 2020 hingga 2024.....	5
Gambar 1. 3 Top Brand Award.....	5
Gambar 1. 4 Pra-survei Brand Switching dari Android ke Iphone	7
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian.....	58
Gambar 3. 1 Model Struktural Penelitian.....	74
Gambar 4. 1 Skema Model Partial Least Square (PLS).....	96
Gambar 4. 2 Evaluasi Inner Model	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	60
Tabel 3. 2 Goodnes Of Fit Index.....	72
Tabel 4. 1 Responden Penelitian.....	75
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	77
Tabel 4. 3 Usia Responden.....	78
Tabel 4. 4 Status Pekerjaan	79
Tabel 4. 5 Pendapatan	80
Tabel 4. 6 Descriptive Statistics.....	81
Tabel 4. 7 Interval Kategori	83
Tabel 4. 8 Distribusi responden Pada Perceived Quality	83
Tabel 4. 9 Distribusi responden Pada Customer Dissatisfaction	85
Tabel 4. 10 Distribusi Lifestyle.....	87
Tabel 4. 11 Distribusi Social Media Influence.....	88
Tabel 4. 12 Distribusi Brand Trust.....	91
Tabel 4. 13 Distribusi Brand Switching.....	93
Tabel 4. 14 Nilai Outer Loading	97
Tabel 4. 15 Nilai Average Variance Extrated	98
Tabel 4. 16 Composite Reliability	100
Tabel 4. 17 Cronbach's Alpha	101
Tabel 4. 18 Pengujian Secara Langsung	103
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Tidak Langsung	107