

**PENGARUH IKLAN DAN KETIDAKPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PERPINDAHAN MEREK DENGAN KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(Studi pada Pengguna *Smartphone* Merek Lain yang Berpindah Merek
Ke *Smartphone* Merek Samsung Di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

AMANDA EKA RISMAYANTI

20220510010



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

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH IKLAN DAN KETIDAKPUASAN KONSUMEN TERHADAP PERPINDAHAN MEREK DENGAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Merek Lain Yang Berpindah Merek Ke
Smartphone Merek Samsung Di Kabupaten Kuningan)

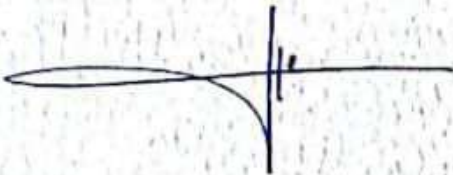
Disusun Oleh:

AMANDA EKA RISMAYANTI
20220510010

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 18 Juni 2026 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,



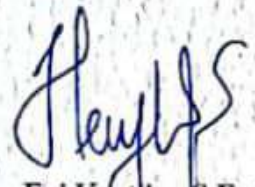
Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si.
NIK. 41038971054

Penguji II,



Woly Hadi Gunawan, S.E., M.M.
NIK. 410106910232

Penguji III,



Neng Evi Kartika, S.E., M.M.
NIK. 410108920248

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH IKLAN DAN KETIDAKPUASAN KONSUMEN TERHADAP PERPINDAHAN MEREK DENGAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Merek Lain Yang berpindah Merek Ke
Smartphone Merek Samsung Di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

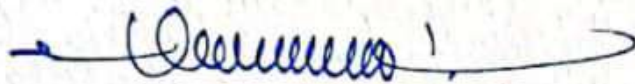
AMANDA EKA RISMAYANTI

20220510010

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING:

Kuningan, Juli 2026

Dosen Pembimbing I,



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

Dosen Pembimbing II,



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.
NIK. 410106910232

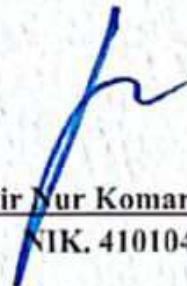
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



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

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M.
NIK. 410104930220

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul **“Pengaruh Iklan dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Perpindahan Merek dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Pengguna *Smartphone* Merek Lain yang Berpindah Merek Ke *Smartphone* Merek Samsung Di Kabupaten Kuningan)”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Amanda Eka Rismayanti

20220510010

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

"Jangan takut untuk gagal, takutlah untuk tidak pernah mencoba."

(Roy T. Bennett)

"Hidup bukan untuk saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri, tak ada yang tahu kapan kau mencapai tuju, dan percayalah bukan urusanmu untuk menjawab itu"

(Hindia – Baskara Putra)

"Aku tidak takut pada luka dan sakit. Apa yang terjadi, ku takkan gentar pergi untuk mencari impian milikku, meskipun ada yang menghalangi untuk sampai ke tujuan.

Setiap terluka, jadi semakin dewasa. Air mata mengalir, dada terasa sakit. Meski begitu ku tetap takkan menyerah, ayo jadi kelinci yang pertama."

(*First rabbit*- JKT48)

PERSEMBAHAN

"Perjalanan ini tidak selalu mudah, namun setiap prosesnya mengajarkan banyak hal yang tidak ternilai. Karya ini kupersembahkan untuk diriku sendiri yang selalu semangat dan tidak pernah menyerah, untuk kedua orang tuaku yang doanya selalu menjadi kekuatan terbesar dalam setiap langkah yang ku jalani, untuk adikku tersayang yang selalu hadir memberikan kehangatan dan dukungan, serta untuk semua orang yang selama ini telah mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat kepada penulis hingga karya ini dapat terselesaikan."

ABSTRAK

Amanda Eka Rismayanti (NIM. 20220510010). Pengaruh Iklan dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Perpindahan Merek dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Pengguna *Smartphone* Merek Lain yang Berpindah Merek Ke *Smartphone* Merek Samsung Di Kabupaten Kuningan). Dibimbing oleh: Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. dan Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh iklan dan ketidakpuasan konsumen terhadap perpindahan merek dengan kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi. Sampel dalam penelitian adalah konsumen pengguna *Smartphone* merek lain yang telah melakukan perpindahan merek pada *smartphone* Samsung dengan sampel sebanyak 160, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) yang diolah menggunakan *Software SmartPLS* versi 4.0. Instrumen penelitian ini berupa angket yang berisi pernyataan dan disebarakan kepada responden konsumen pengguna Samsung yang telah melakukan perpindahan merek pada *smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan melalui google formulir. Hasil penelitian dari hipotesis yang diajukan memperoleh kesimpulan bahwa (1) Iklan berpengaruh positif terhadap perpindahan merek. (2) Ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif terhadap perpindahan merek. (3) Kebutuhan mencari variasi dapat memoderasi pengaruh iklan terhadap perpindahan merek. (4) Kebutuhan mencari variasi dapat memoderasi pengaruh ketidakpuasan konsumen terhadap perpindahan merek.

Kata Kunci: Iklan, Ketidakpuasan Konsumen, Perpindahan Merek, Kebutuhan Mencari Variasi

ABSTRACT

Amanda Eka Rismayanti. 20220510010. The Influence of Advertising and Consumer Dissatisfaction on Brand Switching with Variety Seeking Needs as a Moderating Variable (A Study on Users of Other Smartphone Brands Switching to Samsung Smartphones in Kuningan Regency). Supervised by: Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. and Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.

This research aimed to examine the influence of advertising and consumer dissatisfaction on brand switching, with the need for variety seeking acting as a moderating variable. The sample in this study consisted of 160 consumers who previously used other smartphone brands and had switched to Samsung smartphones. The sampling process utilized a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach. The study employed the Structural Equation Modeling (SEM) method with a Partial Least Square (PLS) approach, which was processed using SmartPLS software version 4.0. The research instrument was a questionnaire containing several statements, which was distributed via Google Forms to respondents in Kuningan Regency who were Samsung users and had experienced brand switching to Samsung smartphones. The results of this study indicated that: (1) Advertising had a positive effect on brand switching. (2) Consumer dissatisfaction had a positive effect on brand switching. (3) Variety seeking moderated the influence of advertising on brand switching. (4) Variety seeking moderated the influence of consumer dissatisfaction on brand switching.

Keywords: Advertising, Consumer Dissatisfaction, Brand Switching, Variety Seeking

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Iklan dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Perpindahan Merek dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Pengguna *Smartphone* Merek Lain yang Berpindah Merek Ke *Smartphone* Merek Samsung Di Kabupaten Kuningan)”** sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing 1 dan 2, serta semua pihak yang terkait yang telah memberikan arahan, masukan, bantuan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Maka dari itu, penulis memohon maaf atas adanya kesalahan ataupun kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang sangat membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua

Kuningan, Juni 2026
Penulis

Amanda Eka Rismayanti
20220510010

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah rabbilalamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya atas kemudahan, dan kekuatan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Proses yang dijalani tentu tidak selalu terasa mudah, banyak sekali tantangan yang penulis hadapi. Namun penulis percaya bahwa setiap tantangan yang dihadapi akan membawa pelajaran tersendiri yang sangat berharga bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan, doa, bimbingan, dan bantuan berbagai pihak yang selalu hadir selama proses pengerjaannya. Dengan penuh ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis tercinta, Bapak dan Mamah yang penulis sayangi, yang selalu hadir dengan rasa cinta dan kasih sayang yang tidak pernah pudar dalam setiap perjalanan penulis. Terima kasih telah menjadi alasan terkuat penulis untuk terus berjuang dan tidak pernah menyerah. Terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah putus dipanjatkan, atas setiap dukungan yang selalu diberikan, atas setiap usaha dan pengorbanan yang telah diberikan demi melihat penulis mampu berdiri di titik ini. Tidak ada kata yang cukup untuk membalas semua yang telah berikan, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada keduanya. Aamiin.
2. Adik perempuanku tersayang, yang selalu memberikan dukungan serta semangat dan selalu menjadi penghibur disetiap saat. Terima kasih atas kebersamaan dan kehangatan yang tercipta.
3. Bapak Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing I sekaligus dosen pembimbing akademik yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan yang sangat berharga bagi penulis, serta selalu meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan arahan, masukan, dan motivasi yang sangat membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis, untuk menimba ilmu pengetahuan di universitas ini.
6. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Bapak Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Kuningan.
8. Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, yang telah yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan yang sangat berharga dan bermanfaat bagi penulis dan menjadi bekal yang berharga dalam menghadapi perjalanan di masa depan.
9. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bank Indonesia atas beasiswa yang telah diberikan kepada penulis, dukungan ini menjadi salah satu hal yang sangat membantu penulis dalam menempuh pendidikan di Universitas Kuningan. Serta kepada keluarga besar GenBI Komisariat Universitas Kuningan, keluarga besar Koordinator Komisariat GenBI Cirebon dan para pembina GenBI yang telah memberikan penulis kesempatan dan memberikan wadah bagi penulis untuk terus berkembang dan mendapatkan banyak pengalaman berharga yang sangat berarti.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan kelas Manajemen D (MANJC-2022-04), terima kasih atas kebersamaan, tawa, dan semangat yang selalu kalian bagikan selama masa perkuliahan. Perjalanan ini terasa jauh lebih ringan karena adanya kalian.

11. Seluruh pengurus Tax Center 2022 dan pengurus Himpunan Manajemen periode 2024, teman-teman seperjuangan yang telah bersama-sama melewati berbagai proses dan pengalaman yang tidak akan penulis lupakan, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan satu sama lain.
12. Teruntuk teman dekat penulis, Mia Silvana, yang sudah menemani perjalanan penulis dari masa SMP, SMK, organisasi, perkuliahan, hingga menjadi teman sepembimbing. Terima kasih sudah selalu hadir memberikan dukungan dan semangat di setiap fase perjalanan penulis, kebersamaan ini menjadi salah satu hal yang paling penulis syukuri.
13. Teruntuk Syera, Lisna, Maya, dan Defika, terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, dan dukungan yang selalu diberikan selama ini. Semoga persahabatan kita terus terjaga dan kita semua bisa meraih apa yang kita impikan.
14. Kepada keluarga besar Purna Paskibraka Indonesia, terima kasih telah menjadi tempat penulis melepas penat dan selalu berhasil menghadirkan tawa serta kebahagiaan di tengah kesibukan pengerjaan skripsi ini. Kebersamaan kalian selalu menjadi penyemangat tersendiri bagi penulis dan menjadi salah satu hal yang penulis syukuri selama perjalanan ini.
15. Serta kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bentuk dukungan, bantuan, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama ini. Semua kebaikan kalian sangat berarti dan tidak akan pernah penulis lupakan.
16. Terakhir, ucapan terimakasih penulis ungkapkan untuk diri sendiri, sosok Amanda Eka Rismayanti. Terimakasih karena sudah selalu berjuang tanpa menyerah, selalu bangkit setiap kali jatuh, dan selalu memilih untuk terus melangkah maju meskipun jalannya tidak selalu mudah. Terimakasih sudah selalu semangat dan selalu berusaha meski ada hari-hari di mana segalanya terasa tidak berjalan sesuai rencana. Kamu kuat, kamu itu kuat bahkan sebelum kamu tau kalo kamu kuat.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

MOTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

UCAPAN TERIMA KASIH iv

DAFTAR ISI..... vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR..... xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Rumusan Masalah 13

1.3 Tujuan Penelitian..... 13

1.4 Manfaat Penelitian..... 14

1.4.1 Manfaat Teoritis..... 14

1.4.2 Manfaat Praktis 14

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS... 16

2.1 Landasan Teori 16

2.1.1 Teori *Stimulus–Organism–Response* (SOR)..... 16

2.1.2 Pemasaran 16

2.1.3 Manajemen Pemasaran..... 18

2.1.4 Strategi Pemasaran..... 19

2.1.5 Perilaku Konsumen 22

2.1.6 Perpindahan Merek (*Brand Switching*)..... 25

2.1.7 Iklan 30

2.1.8	Ketidakpuasan Konsumen.....	35
2.1.9	Kebutuhan Mencari Variasi	39
2.1.10	Hubungan Antar Variabel	42
2.1.11	Penelitian terdahulu.....	45
2.2	Kerangka Berfikir.....	50
2.3	Hipotesis	53
BAB III METODE PENELITIAN		54
3.1.	Metode Penelitian yang Digunakan	54
3.2.	Operasional Variabel.....	55
3.3.	Populasi dan Sampel	58
3.3.1.	Populasi.....	58
3.3.2.	Sampel.....	58
3.4.	Jenis dan Sumber Data	59
3.4.1.	Jenis Data	59
3.4.2.	Sumber data.....	59
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	60
3.6.	Teknis Analisis Data.....	61
3.6.1.	Analisis Deskriptif	61
3.6.2.	Analisis SEM PLS	63
3.6.3.	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	65
3.6.4.	Evaluasi Model struktural (<i>Inner Model</i>).....	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		71
4.1.	Hasil Penelitian.....	71
4.1.1.	Gambaran Objek Penelitian	71
4.1.2.	Karakteristik Responden	73
4.1.3.	Teknis Analisis Data	79
4.2.	Pembahasan	103
4.2.1.	Pengaruh Iklan Terhadap Perpindahan Merek.....	103
4.2.2.	Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek .	104

4.2.3.	Kebutuhan Mencari Variasi Memoderasi Iklan Terhadap Perpindahan merek	105
4.2.4.	Kebutuhan Mencari Variasi Memoderasi Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek.....	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		109
5.1	Kesimpulan.....	109
5.2	Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....		112
LAMIRAN-LAMPIRAN.....		122

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pangsa Pasar Smartphone di Indonesia Tahun 2022-2024	4
Tabel 1. 2 Pangsa Pasar Smartphone di Indonesia Tahun 2025	5
Tabel 1. 3 Data Penjualan Smartphone di Kabupaten Kuningan.....	6
Tabel 1. 4 Data Pra Survei	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3. 1 Operasional variabel	56
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Interval	60
Tabel 3. 3 Kategori Penilaian Nilai Rata-rata (mean).....	62
Tabel 4. 1 Jenis-jenis Produk Smarthphone Samsung	72
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	77
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	78
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Iklan	79
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Ketidakpuasan Konsumen	80
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Kebutuhan Mencari Variasi.....	81
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Perpindahan Merek.....	82
Tabel 4. 12 Nilai Uji Loading Factor.....	84
Tabel 4. 13 Nilai Uji Average Variance Extracted (AVE)	86
Tabel 4. 14 Nilai Cross Loading	87
Tabel 4. 15 Nilai Fornnel and Larcker	88
Tabel 4. 16 Nilai Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT).....	90
Tabel 4. 17 Nilai Cronbach's Alpha	91
Tabel 4. 18 Nilai Composite Reliability	92
Tabel 4. 19 Nilai Uji Multikolinearitas	94
Tabel 4. 20 Nilai Uji Path Coefficennt.....	95

Tabel 4. 21	Nilai Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	96
Tabel 4. 22	Nilai Uji Effect Size (F^2).....	96
Tabel 4. 23	Nilai Uji Predictive Relevance (Q^2).....	98
Tabel 4. 24	Hasil Uji Path Coefficient Bootstrapping direct effect	101
Tabel 4. 25	Uji Moderasi	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Proyeksi Pertumbuhan Pengguna Smartphone	2
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian.....	52
Gambar 3. 1 Model Penelitian SmartPLS	64
Gambar 4. 1 Logo Samsung.....	71
Gambar 4. 2 Outer Model	83
Gambar 4. 3 Gambar Inner Model	93
Gambar 4. 4 Uji Hipotesis.....	100

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
Surat Permohonan Izin Observasi
Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran II : Surat Pengantar Kuesioner
Kuesioner
Hasil Penyebaran Kuesioner Melalui *Google Form*
- Lampiran III : Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran IV : Data Hasil Kuesioner
- Lampiran V : Output Hasil Perhitungan SmartPLS 4.0
- Lampiran VI : Tabel t
- Lampiran VII : Daftar Riwayat Hidup