

**PENGARUH *SERVICE FAILURE* DAN KETIDAKPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PERPINDAHAN MEREK**

**(Suatu Studi pada Pengguna Smartphone Xiaomi yang Telah Berpindah Merek
di Daerah Kelurahan Ciamis)**

DRAFT SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen

Oleh,

FAJAR RAMDAN
3402180358



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

ABSTRAK

Fajar Ramdan, NIM. 3402180358. “Pengaruh *Service Failure* dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek (Suatu Studi pada Pengguna Smartphone Xiaomi yang Telah Berpindah Merek di Daerah Kelurahan Ciamis)”. Dibawah bimbingan Dr. H. Yusup Iskandar, SE.,M.M. (Pembimbing I) dan Enjang Nursolih, S.H.,M.M.(Pembimbing II).

Penelitian ini di fokuskan pada Pengaruh *Service Failure* dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Perpindahan Merek Xiaomi ke merek lain (Suatu Studi pada Pengguna Smartphone Xiaomi yang Telah Berpindah Merek di Daerah Kelurahan Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini meliputi:1).Bagaimana pengaruh *service failure* terhadap perpindahan merek pada pengguna Xiaomi yang telah berpindah merek ke merek lain?;2).Bagaimana pengaruh ketidakpuasan konsumen terhadap perpindahan merek pada pengguna Xiaomi yang telah berpindah merek ke merek lain?;3).Bagaimana pengaruh *service failure* dan ketidakpuasan konsumen terhadap terhadap perpindahan merek pada pengguna Xiaomi yang telah berpindah merek ke merek lain?.Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1). Pengaruh *service failure* terhadap perpindahan merek pada pengguna Xiaomi yang telah berpindah merek ke merek lain; 2). Pengaruh ketidakpuasan konsumen terhadap perpindahan merek pada pengguna Xiaomi yang telah berpindah merek ke merek lain; 3). Pengaruh *service failure* dan ketidakpuasan konsumen terhadap terhadap perpindahan merek pada pengguna Xiaomi yang telah berpindah merek ke merek lain. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Seerhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis Menggunakan Uji Signifikansi (Uji t dan Uji F).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *service failure* dan ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif terhadap *perpindahan merek* dengan besarnya pengaruh 72.7% sedangkan 27,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan Xiaomi Technology Co., Ltd dapat mengatasi *service failure* dan ketidakpuasan konsumen untuk meminimalisir terjadinya perpindahan merek.

Kata Kunci : *Service Failure*, Ketidakpuasan Konsumen, Perpindahan Merek

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN KEASLIAN SKRIPSI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi masalah dan rumusan masalah.....	7
1.2.1 Identifikasi masalah	7
1.2.2 Rumusan masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN	
DAN HIPOTESIS	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Manajemen.....	11
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	11
2.1.1.2 Unsur-unsur Manajemen	12

2.1.1.3 Fungsi-fungsi Manajemen.....	14
2.1.1.4 Bidang-bidang Manajemen	14
2.1.2 Pemasaran	16
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran.....	16
2.1.2.2 Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.2.3 Pemasaran Jasa	19
2.1.2.4 Karakteristik dan Klasifikasi Jasa	21
2.1.2.5 Perilaku Konsumen	21
2.1.2.6 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	22
2.1.3 Service Failure	23
2.1.3.1 Pengertian Service Failure.....	23
2.1.3.2 Tipe-tipe Service Failure	25
2.1.3.3 Indikator Service Failure	26
2.1.4 Kepuasan.....	27
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan	27
2.1.4.2 Strategi Kepuasan Konsumen	28
2.1.4.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	29
2.1.4.4 Ketidakpuasan Konsumen.....	30
2.1.4.5 Indikator Ketidakpuasan Konsumen	31
2.1.5 Merek	32
2.1.5.1 Pengertian Merek	32
2.1.5.2 Manfaat Merek	33
2.1.5.3 Strategi Merek	33
2.1.5.4 Perpindahan Merek	34
2.1.5.5 Indikator Perpindahan Merek.....	35

2.1.6 Penelitian Terdahulu	35
2.2 Kerangka Pemikiran.....	37
2.2.1 Pengaruh Service Failure terhadap Perpindahan Merek.....	37
2.2.2 Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek.....	38
2.2.3 Pengaruh Service Failure dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek.....	38
2.3 Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Metode Penelitian yang Digunakan	42
3.2. Definisi Variabel dan dan Operasional Variabel	43
3.2.1 Definisi Variabel.....	43
3.2.2. Operasional Variabel	44
3.3. Populasi dan Sempel Penelitian	46
3.3.1. Populasi.....	46
3.3.2. Sampel.....	47
3.4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1. Sumber Pengumpulan Data.....	48
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5. Teknik Analisis Data.....	50
3.5.1. Analisis Deskriptif	50
3.5.1. Analisis Statistik	51
3.5.2.1. Analisis Pengaruh Service Failure terhadap Perpindahan Merek	51
3.5.2.2. Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen terhadap Perpindahan Merek	53

3.5.2.3. Analisis Pengaruh Service Failure dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Perpindahan Merek	55
3.6. Tempat dan Waktu Penelitian	58
3.6.1. Tempat Penelitian	58
3.6.2. Waktu Penelitian.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Hasil Penelitian.....	60
4.1.1 Gambaran Umum Xiaomi Technology Co., Ltd	60
4.1.1.1 Sejarah Berdirinya Xiaomi Technology Co., Ltd	60
4.1.1.2 Visi dan Misi Xiaomi Technology Co., Ltd	61
4.1.1.2.1 Visi Xiaomi Technology Co., Ltd.....	61
4.1.1.2.2 Misi Xiaomi Technology Co., Ltd.....	61
4.1.1.2 Perjalanan Singkat Bisnis Xiaomi Technology Co., Ltd.....	61
4.1.2 Gambaran Umum Kelurahan Ciamis.....	62
4.1.2.1 Sejarah Berdirinya Kelurahan Ciamis	62
4.1.2.2 Visi dan Misi Kelurahan Ciamis.....	63
4.1.2.2.1 Visi Kelurahan Ciamis.....	63
4.1.2.2.2 Misi Kelurahan Ciamis	64
4.1.2.3 Struktur Organisasi Kelurahan Ciamis	64
4.1.2.4 Letak dan Luas.....	65
4.1.2.5 Dinamika Kehidupan Sosial di Masyarakat.....	66
4.1.3 Karakteristik Responden.....	68
4.1.4 Deskripsi Variabel yang Diteliti	71
4.1.4.1 Hasil Penelitian tentang Service Failure	71
4.1.4.2 Hasil Penelitian tentang Ketidakpuasan Konsumen	81

4.1.4.3 Hasil Penelitian tentang Perpindahan Merek	87
4.1.5 Pengujian Hipotesis	95
4.1.5.1 Pengaruh Service Failure terhadap Perpindahan Merek.....	95
4.1.5.2 Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen terhadap Perpindahan Merek	101
4.1.5.3 Pengaruh Service Failure dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek	108
4.2 Pembahasan	120
4.2.1 Pengaruh Service Failure terhadap Perpindahan Merek.....	120
4.2.2 Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen terhadap Perpindahan Merek ..	122
4.2.3 Pengaruh Service Failure dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Perpindahan Merek	123
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	124
5.1 Simpulan	124
5.2 Saran	125

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Negara Pengguna Smartphone Terbanyak di Tahun 2020	1
Tabel 1.2 Riset Pasar Canalys.....	3
Tabel 1.3 Hasil Kuisisioner Pra-Survei Perpindahan Merek.....	5
Tabel 2.1 Indikator Service Failure	26
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	45
Tabel 3.2 Tingkat Koefisien Korelasi.....	51
Tabel 3.3 Tingkat Koefisien Korelasi.....	54
Tabel 3.4 Tingkat Koefisien Korelasi.....	56
Tabel 3.5 Waktu Penelitian.....	57
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk dan Pendidikan Yang Pernah Diemban di Kelurahan Ciamis	67
Tabel 4.2 Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.3 Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Kategori Umur	69
Tabel 4.4 Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
Tabel 4.5 Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Pendidikan / Pendidikan Terakhir.....	70
Tabel 4.6 Jumlah dan Presentasi Responden Berdasarkan Merek Setelah Menggunakan Xiaomi.....	71
Tabel 4.7 Produk tidak memuaskan, terdapat cacat.....	72
Tabel 4.8 Harga yang dicantumkan tidak sesuai dengan kinerja produk	72
Tabel 4.9 Xiaomi kurang responsive dalam merespon keluhan	73
Tabel 4.10 Customer service / karyawan Xiaomi berperilaku tidak	

sepatutnya kepada pelanggan (bad mood)	74
Tabel 4.11 Produk merek Xiaomi kadang mengalami gangguan layar ketika berada di lingkungan bersuhu panas	75
Tabel 4.12 Pemadaman listrik, susah sinyal membuat komunikasi antara penyedia jasa dan konsumen terganggu	76
Tabel 4.13 Kecelakaan pada saat menguji smartphone sebelum melakukan pembelian	77
Tabel 4.14 Lupa untuk melakukan service / update secara berkala.....	78
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Service Failure	78
Tabel 4.16 Pedoman Interpretasi	80
Tabel 4.17 Xiaomi tidak bisa memenuhi keinginan secara keseluruhan	81
Tabel 4.18 Fitur-fitur yang dimiliki Xiaomi tidak bisa mengefektifkan waktu ketika beraktivitas	82
Tabel 4.19 Kinerja Xiaomi tidak sesuai dengan ekspektasi	83
Tabel 4.20 Memiliki banyak keluhan dengan merek Xiaomi yang dipakai sekarang, dibandingkan dengan merek yang dipakai sebelumnya	84
Tabel 4.21 Merek lain akan lebih memenuhi harapan.....	85
Tabel 4.22 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Ketidakpuasan Konsumen	85
Tabel 4.23 Pedoman Interpretasi	87
Tabel 4.24 Xiaomi tidak mampu memuaskan pelanggan pasca pembelian	88
Tabel 4.25 Kecewa atas ketidaksesuaian produk pasca pembelian	89
Tabel 4.26 Ingin segera berpindah dari merek Xiaomi ke merek lain.....	89
Tabel 4.27 Tidak ada waktu dan alasan lain untuk menggunakan	

produk Xiaomi	90
Tabel 4.28 Tidak ingin menggunakan produk-produk Xiaomi dan memutuskan untuk berpindah merek selamanya.....	91
Tabel 4.29 Xiaomi adalah pembelian yang gagal, tidak ingin kembali menggunakan produk tersebut	92
Tabel 4.30 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Perpindahan Merek	93
Tabel 4.31 Pedoman Interpretasi	94
Tabel 4.32 Tabulasi Data Pengaruh Service Failure terhadap Perpindahan Merek	95
Tabel 4.33 Pedoman untuk menentukan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	99
Tabel 4.34 Tabulasi Data Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek	101
Tabel 4.35 Pedoman untuk menentukan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	106
Tabel 4.36 Tabulasi Data Pengaruh Service Failure dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Perpindahan Merek	108
Tabel 4.37 Interpretasi Koefisien Korelasi	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	39
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Ciamis
- Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian dari Kelurahan Ciamis
- Lampiran 4 Kueisioner
- Lampiran 5 Jawaban Responden Mengenai Service Failure
- Lampiran 6 Jawaban Responden Mengenai Ketidakpuasan Konsumen
- Lampiran 7 Jawaban Responden Mengenai Perpindahan Merek
- Lampiran 8 Hasil Perhitungan SPSS
- Lampiran 9 Tabel Distribusi Uji t
- Lampiran 10 Tabel Distribusi Uji F

DAFTAR PUSTAKA

- Afzal, Sarvat, et al. (2013). *Factors Behind Brand Switching in Cellular Networks*. International Journal of Asian Social Science (Vol. 3 No.2 2013).
- Agustini, F. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Lanjutan*. Medan:Unimed
- Alma, Buchari. 2013 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anisa, Nur Aini dan Harti. *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Beralih Merek (Brand Switching) Ke Kartu Perdana Telkomsel*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga. 3(2). Diakses pada tanggal 21-11-2021.
- Appley A, Lawrence, Lee, Oey, Liang. 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta. Salemba Empat.
- Arianto, A. B. 2013. *Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy Series di Kota Malang*. Jurnal Aplikasi Manajemen 2 (5). 294-305. Diakses pada tanggal 25-11.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Ombak.
- Darf. L. Richard. 2010. *Era Baru Manajemen: Edisi Kesembilan*. Jakarta: Salemba. Empat.
- Darussalam, Sambhoja, 2015. *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Smartphone*. Skripsi pada Kasus Perpindahan Merek Blackberry ke Android Samsung).
- Daryanto, Ismanto Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Jakarta: Gava Media.
- Dianti, Ira. 2016. *Pengaruh Atribut Produk, Harga, Variety Seeking dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Smartphone di Kota Mataram*. Jurnal Sangkareang Mataram. 2 (3). Diakses pada tanggal 2-12-2021.
- Gusmadara Et.Al. 2013. *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perilaku Perpindahan Merek Pada Pengguna Sim Card Simpat PT. Telkomsel Tbk di Kota Padang*. Journal Of Economic And Education. 2(1). 50-58. Diakses pada tanggal 5-12-2021.
- Hajar Haitami, Muhammad dan Helmi Situmorang, Syafrizal. 2019. *Analisis Pengaruh Service Failure terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Service Recovery pada Pelanggan OYO di Kota Medan*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 2(2). Diakses pada tanggal 10-12-2021.
- Handoko, T. Hani, 2011. *Manajemen, Edisi Kedua*. Yogyakarta : Befe-Yogyakarta.

- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Hasibuan, Malayu. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Pt Bumi Aksara.
- Husein Umar, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Juanda, Dicky. 2019. *Pengaruh Service Failure dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perilaku Brand Switching*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak diterbitkan.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 13. *Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Jakarta : Erlangga.
- Mesiono. *Manajemen dan Organisasi*, Bandung : Citapustaka Media Perintis, 2010.
- Migacs, S. J. et. al. 2018. *The “Terninal” Effects of Service Failure on Airlines : Examing Service Recovery With Justice Theory*, Journal of Travel Research. Vol. 57(1) 83-98. Diakses pada tanggal 20-12-2021.
- Pertiwi, Prilia Putri. 2018. *Pengaruh Service Failures Terhadap Perilaku Brand Switching Konsumen Melalui Ketidakpuasan Konsumen*. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Jakarta; Salemba Empat.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu*.
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. (2012). *Management, Eleventh Edition*, (United States of America: Pearson Education Limited).
- Rofiq, Ainur. 2017. *Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Mencari Variasi, dan Electronic Word of Mounth terhadap Keputusan Perpindahan Merek*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Tidak diterbitkan.
- R.Terry, George dan Leslie W.Rue. *Dasar-Dasar Manajemen*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2010).
- Sangadji, E. M., & Sopiah, 2013. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid 2*. Jakarta : Erlangga..

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta. Bandung: CV. Alfabeta
- Suharsaputra, Uhar. 2014. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung : Refika Adiatama.
- Suwanto, H. Priansa, Donni Juni, 2013. *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi.