

ABSTRAK

YUSI MAULANI, NIM. 3402190322. “Pengaruh *Variety Seeking* dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap *Brand Switching* (Suatu Studi Pada Produk *Smartphone* Samsung ke *Smartphone* Oppo di Toko Irwan Cell)”. Dibawah bimbingan Dr. H. Yusuf Iskandar, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Marlina Nur Lestari, S.E., M.M. (Pembimbing II)

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *variety seeking* dan ketidakpuasan konsumen terhadap *brand switching* (suatu studi pada produk *smartphone* samsung ke *smartphone* oppo di Toko Irwan Cell). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi (1) Bagaimana pengaruh *variety seeking* terhadap *brand switching* pada konsumen di Toko Irwan Cell ? (2) Bagaimana pengaruh ketidakpuasan konsumen terhadap *brand switching* di Toko Irwan Cell ? (3) Bagaimana pengaruh *variety seeking* dan ketidakpuasan konsumen terhadap *brand switching* di Toko Irwan Cell ? Tujuan penelitian ini untuk mengetahui (1) Pengaruh *variety seeking* terhadap *brand switching* di Toko Irwan Cell. (2) Pengaruh ketidakpuasan konsumen terhadap *brand switching* di Toko Irwan Cell. (3) Pengaruh *variety seeking* dan ketidakpuasan konsumen terhadap *brand switching* di Toko Irwan Cell. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Regresi Linear Sederhana, Koefisien Determinasi, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linear Berganda, dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji t, dan Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa (1) *variety seeking* berpengaruh positif terhadap *brand switching* di Toko Irwan Cell, dengan tingkat keeratan hubungan berada pada korelasi sedang. (2) ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif terhadap *brand switching* pada konsumen di Toko Irwan Cell, dengan tingkat keeratan hubungan berada pada korelasi sedang. (3) *variety seeking* dan ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif dan simultan (bersama-sama) terhadap *brand switching* di Toko Irwan Cell, dengan nilai $r = 0,608$ yang berarti tingkat keeratan hubungan berada pada korelasi kuat. Hasil uji hipotesis diketahui bahwa $F_{hitung} 23,567 > 3,09 F_{tabel}$. Dengan demikian berarti apabila *variety seeking* dan ketidakpuasan konsumen meningkat, maka *brand switching* juga meningkat. Bagi peneliti selanjutnya dapat ditambahkan lagi variabel lain yang dapat mempengaruhi *brand switching*.

Kata kunci : *Variety Seeking*, Ketidakpuasan Konsumen, *Brand Switching*.