

ABSTRAK

Ade Irmawati, 3402200402, “Pengaruh Ketidakpuasan dan *Variety Seeking* Terhadap *Brand Switching* (Suatu Studi Pada Pengguna *Smartphone* Samsung ke Oppo di Toko Agung *Cell* Cabang Ciamis)”. Dibawah Bimbingan Bapa Dr. H. Enas, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak H. Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh Ketidakpuasan dan *Variety Seeking* Terhadap *Brand Switching* (Suatu Studi Pada Pengguna *Smartphone* Samsung ke Oppo di Toko Agung *Cell* Cabang Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini : Bagaimana Pengaruh Ketidakpuasan Terhadap *Brand Switching* di Toko Agung *Cell* Cabang Ciamis, Bagaimana Pengaruh *Variety Seeking* Terhadap *Brand Switching* di Toko Agung *Cell* Cabang Ciamis, Bagaimana Pengaruh Ketidakpuasan dan *Variety Seeking* Terhadap *Brand Switching* di Toko Agung *Cell* Cabang Ciamis. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Ketidakpuasan Terhadap *Brand Switching* di Toko Agung *Cell* Cabang Ciamis, Pengaruh *Variety Seeking* Terhadap *Brand Switching* di Toko Agung *Cell* Cabang Ciamis, Pengaruh Ketidakpuasan dan *Variety Seeking* Terhadap *Brand Switching* di Toko Agung *Cell* Cabang Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan analisis verifikatif dengan teknik survey. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Regresi Linear Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi, Uji T, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji F. Hasil dari penelitian dan Pengolahan Data menunjukkan bahwa Ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Switching* yaitu sebesar 28,09% sedangkan sisanya 71,91% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil Penelitian dan Pengolahan Data menunjukkan bahwa *Variety Seeking* berpengaruh positif terhadap *Brand Switching* yaitu sebesar 57,30% sedangkan sisanya 42,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil dari penelitian dan Pengolahan Data menunjukkan bahwa ketidakpuasan dan *Variety Seeking* Terhadap *Brand Switching* berpengaruh Positif dan signifikan yaitu sebesar 61,15% sedangkan sisanya 38,85% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci* : Ketidakpuasan, *Variety Seeking* dan *Brand Switching