

ABSTRAK

PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PRODUK, MEREK DAN HARGA PADA KEPUTUSAN *BRAND SWITCHING*

Studi kasus pada Mahasiswa yang melakukan *brand switching* Handphone

Di Universitas Sanata Dharma dan AA YKPN

Elvida Alfiyanti Siahaan

Yogyakarta, 2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan konsumen atas kualitas, merek dan harga pada keputusan *brand switching*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Sanata Dharma dan AA YKPN yang pernah melakukan *brand switching* handphone. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. penelitian ini menggunakan uji Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t dan koefisiensi determinasi dengan menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan kualitas tidak berpengaruh terhadap keputusan *brand switching*, ketidakpuasan merek tidak berpengaruh terhadap keputusan *brand switching*, ketidakpuasan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan *brand switching*, serta ketidakpuasan atas kualitas, merek dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan *brand switching*.

Kata Kunci: ketidakpuasan konsumen, kualitas, merek, harga, perpindahan merek.

ABSTRACT

**THE EFFECT OF CUSTOMER SATISFACTION ON PRODUCT QUALITY,
BRAND AND PRICE ON THE DECISION OF BRAND SWITCHING**

Case Study On Students Who Switch Celphone Brand At The University Of Sanata
Dharma dan AA YKPN

Elvida Alfiyanti Siahaan

Yogyakarta, 2021

The purpose of this study was to find out the influence of customer dissatisfaction on quality, brand and price on brand switching decisions. The population in this study was college student at the University of Sanata Dharma and AA YKPN who had switched mobile phone brands. Sample of this research was giving a test to 100 respondents. This study used purposive sampling to collecting sample. This study used Multiple Linear Regression Test, F test, t test, and coefficient of determination using SPSS 22. The result of this study indicate that quality dissatisfaction has no effect on brand switching decisions, brand dissatisfaction does not affect brand switching decisions, price dissatisfaction does not affect brand switching decisions. As well as quality dissatisfaction, brand and price simultaneously affect brand switching decisions.

Keywords: consumer dissatisfaction, quality, brand, price, brand switching

