

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh *consumer dissatisfaction*, kualitas produk, *variety seeking*, dan harga terhadap keputusan *brand switching* pada Samsung *smartphone* ke merek lain. Pengujian ini dilakukan pada konsumen yang pernah menggunakan *smartphone* Samsung yang kemudian melakukan perpindahan merek ke merek lain. Kerangka konseptual pada penelitian ini merupakan replikasi eksistensi penelitian sebelumnya. Tipe penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif dengan unit analisis konsumen yang pernah menggunakan *smartphone* Samsung dan berpindah merek. Pada penelitian ini jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Chocrans dengan metode pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data penelitian ini diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner secara online menggunakan *Google-Forms*. Kuesioner penelitian ini menggunakan perhitungan skala Likert (1-5). Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode PLS-SEM. Penelitian ini akan melakukan pengujian terhadap 4 hipotesis. Dari hasil olah data dan pengujian ditemukan hasil bahwa *consumer dissatisfaction*, kualitas produk, *variety seeking* dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *brand switching*.

Kata Kunci : *consumer dissatisfaction*, kualitas produk, *variety seeking*, harga dan *brand switching*.

ABSTRACT

The purpose of this study to determine and examine the influence of consumer dissatisfaction, product quality, variety seeking, and price on brand switching decisions on Samsung smartphones to other brands. This test is carried out on consumers who have used Samsung smartphones and then switch brands to other brands. The conceptual framework in this study is a extension replication of previous research. This research uses a quantitative research type with an analysis unit of consumers who have used Samsung smartphones and switch brands. In this study, the number of samples was determined using the Cochran's formula with the method of collecting samples using purposive sampling. The research data was obtained by distributing online questionnaires using Google-Forms. This research questionnaire uses Likert scale (1-5). Data analysis in this study used the PLS-SEM method. This research will test 4 hypotheses. From the results of data processing and testing, it was found that consumer dissatisfaction, product quality, variety seeking and price had a positive and significant effect on brand switching decisions.

Keywords: *consumer dissatisfaction, product quality, variety seeking, price and brand switching.*