

ABSTRAK

PENGARUH ATRIBUT PRODUK, KETIDAKPUASAN KONSUMEN, DAN MENCARI VARIASI TERHADAP PERILAKU PERPINDAHAN MEREK SMARTPHONE DI BANDAR LAMPUNG

(Studi pada Mahasiswa *Ex Pengguna Smartphone Android yang Beralih ke iPhone di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung)*

Oleh

APRILIA PRATIWI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penurunan penjualan dan *market share smartphone* Android pada periode tertentu yang mengidentifikasi telah terjadi fenomena berpindahnya pengguna *smartphone* dengan merek tertentu yang bersistem operasi Android ke *smartphone* merek lain dengan sistem operasi lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atribut produk, ketidakpuasan konsumen, dan mencari variasi terhadap perilaku perpindahan merek *smartphone* Android ke iPhone. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna iPhone di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis statistik yang digunakan terdiri dari analisis regresi linear berganda, uji signifikan berbasis nilai t hitung, uji signifikan berbasis nilai F hitung, dan nilai koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel atribut produk, ketidakpuasan konsumen, dan mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku perpindahan merek. Variabel yang paling dominan memengaruhi perilaku perpindahan merek adalah variabel mencari variasi.

Kata kunci: **atribut produk, ketidakpuasan konsumen, mencari variasi, dan perilaku perpindahan merek**

ABSTRACT

INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES, CONSUMER DISSATISFACTION, AND VARIETY SEEKING ON BRAND SWITCHING BEHAVIOR OF SMARTPHONE IN BANDAR LAMPUNG

(Study at the Student of Ex Android Smartphone Users Who Switch to iPhone at Faculty of Economics and Business University of Lampung)

By

APRILIA PRATIWI

This study is motivated by the decrease in sales and market share of Android smartphone in a certain period that identifies has been a phenomenon of switching smartphone users in a certain brand with the Android operating system to the other smartphone brand with other operating systems. The purpose of this study is to determine the influence of product attributes, consumer dissatisfaction, and variety seeking on brand switching behavior of Android smartphone to iPhone. Population in this study is iPhone users in Faculty of Economics and Business University of Lampung, with a sample of 100 respondents. Sampling in this study using nonprobability sampling method with purposive sampling technique. Statistical analysis method was used consists of regression multiple linear analysis, significant test based on t value, significant test based on F value, and coefficient of determination (R^2) value. The result showed that the variable product attributes, consumer dissatisfaction, and variety seeking influencing positive and significantly on brand switching behavior. The most dominant variable affect the brand switching behavior is variety seeking.

Keywords: **product attributes, consumer dissatisfaction, variety seeking, and brand switching behavior**