



**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN,
KUALITAS PRODUK, VARIASI DAN *WORD OF
MOUTH* TERHADAP PERPINDAHAN MEREK
PENGGUNA *SMARTPHONE* XIAOMI
(STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

TOMY TEGAR PUTRANTO

NIM : 202011020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2024



**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN,
KUALITAS PRODUK, VARIASI DAN *WORD OF
MOUTH* TERHADAP PERPINDAHAN MEREK
PENGGUNA *SMARTPHONE* XIAOMI
(STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :
TOMY TEGAR PUTRANTO
NIM : 202011020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK,
VARIASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP PERPINDAHAN MEREK
PENGUNA *SMARTPHONE* XIAOMI
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Tomy Tegar Putranto

Nim : 202011020

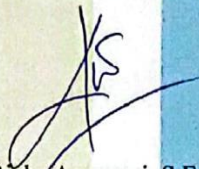
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)
NIDN. 0615079303

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK,
VARIASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP PERPINDAHAN MEREK
PENGUNA *SMARTPHONE* XIAOMI
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Tomy Tegar PuPtranto

Nim : 202011020

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui,

Ketua Program Studi

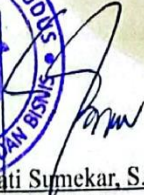

(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I


(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Mengetahui,




(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)
NIDN. 0615079303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.” -(QS. Al-Insyirah 94:6)-

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan adalah untuk mereka yang senantiasa berusaha.” – (BJ. Habibie) –

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya Skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik dan tepat waktu, oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia Saya Ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Almarhum Ayahanda Subiyanto yang berada di jannah dan Ibunda Sri Utami, untuk beliau berdualah skripsi ini penulis persembahkan. Terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing saya selama ini, sehingga saya dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita.
2. Kakak tercinta Nurul Anjarsari dan Maulana Achmad Zaenal yang turut mendoakan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Keluarga besar dan sahabat penulis yang selalu memberikan dorongan dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamater yang menjadi kebanggaan Saya, Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad, taufiq serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kualitas Produk, Variasi Dan WOM Terhadap Perpindahan Merek Pengguna *Smartphone* Xiaomi (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus)”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini Penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

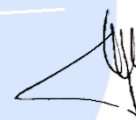
1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing selama proses penyusunan skripsi.
5. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan selama proses penyusunan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah berbagi ilmu pengetahuan maupun pengalaman selama proses perkuliahan berlangsung.
7. Teman seperjuangan saya Septian Ely Rahmawati, Ichda Putri Anggraeni dan Rizky Putri Ramadhani yang telah serta menyemangati dan mendoakan saya dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Terakhir, terima kasih kepada saya sendiri, karena dapat berusaha keras dan berjuang menyelesaikan skripsi ini, hal ini menjadi pencapaian yang dapat dibanggakan untuk saya sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang dapat membangun untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memiliki kepentingan.

Kudus, 2024

Penulis



Tomy Tegar Putranto

202011020

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK,
VARIASI, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP PERPINDAHAN
MEREK PENGGUNA *SMARTPHONE* XIAOMI
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Tomy Tegar Putranto
202011020

Pembimbing I: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
Pembimbing II: Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh ketidakpuasan konsumen, kualitas produk, variasi, dan WOM terhadap perpindahan merek pengguna *smartphone* Xiaomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden, dengan menggunakan teknik sampling *probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap perpindahan merek. Kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perpindahan merek. Variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan merek. *Word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap perpindahan merek. Hasil uji F dalam penelitian ini dapat dijelaskan bahwa ketidakpuasan konsumen, kualitas produk, variasi dan WOM secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan merek *smartphone* Xiaomi ke merek lain pada mahasiswa Universitas Muria Kudus.

Kata Kunci: Ketidakpuasan Konsumen, Kualitas Produk, Variasi, WOM, Perpindahan Merek.

THE INFLUENCE OF CONSUMER DISSATISFACTION, PRODUCT QUALITY, VARIATION, AND WORD OF MOUTH ON BRAND SWITCHING OF XIAOMI SMARTPHONE USERS (STUDY ON STUDENTS OF MURIA KUDUS UNIVERSITY)

**Tomy Tegar Putranto
202011020**

Advisor I: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
Advisor II: Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of consumer dissatisfaction, product quality, variety, and word of mouth on brand switching for Xiaomi smartphone users. This study uses a quantitative approach. The sample in this study consisted of 100 respondents, using a probability sampling technique with a purposive sampling method. The analysis tool in this research uses SPSS 25. The results of this research show that consumer dissatisfaction has a significant positive effect on brand awareness. Product quality has a negative and significant effect on brand switching. Variation has a positive and significant effect on brand switching. WOM has a significant positive effect on brand switching. The results of the F test in this study can be explained that consumer dissatisfaction, product quality, variation and WOM simultaneously have a positive and significant effect on switching from the Xiaomi smartphone brand to other brands among students at Muria Kudus University.

Keywords: Consumer Dissatisfaction, Product Quality, Variety, WOM, Brand Switching.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	14
1.3 Perumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	18
2.1.2 Perpindahan Merek	22
2.1.3 Ketidakpuasan Konsumen	25
2.1.4 Kualitas Produk.....	28
2.1.5 Variasi	31
2.1.6 WOM (<i>Word Of Mouth</i>).....	33
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	37
2.3 Penelitian Terdahulu	40
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
2.5 Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Rancangan Penelitian	45
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	46

3.3 Jenis Dan Sumber Data	52
3.4 Populasi Dan Sampel	53
3.5 Pengumpulan Data	55
3.6 Pengolahan Data.....	56
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	56
3.8 Uji Asumsi Klasik	58
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
3.10 Uji Hipotesis.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.2 Penyajian Data.....	64
4.2.1 Profil Data.....	64
4.2.2 Statistik Deskriptif.....	66
4.2.3 Data Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel.....	68
4.3 Analisis Data	73
4.3.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	73
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	78
4.3.4 Uji Hipotesis	80
4.4 Pembahasan Hasil	83
4.4.1 Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek	83
4.4.2 Pengaruh kualitas produk terhadap perpindahan merek	84
4.4.3 Pengaruh variasi terhadap perpindahan merek	85
4.4.4 Pengaruh WOM terhadap perpindahan merek.....	85
4.4.5 Pengaruh ketidakpuasan konsumen, kualitas produk, variasi dan <i>word of mouth</i> terhadap perpindahan merek.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN - LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Umur Pengguna Smartphone di Indonesia Tahun 2022-2023	
Tabel 1. 2 Data Pengguna Smartphone di Indonesia Tahun 2022-2023	4
Tabel 1. 3 Data Pendapatan Segmen Smartphone Xiaomi 2022-2023	10
Tabel 4. 1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4. 2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4. 3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Program Studi	65
Tabel 4. 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	66
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Terhadap Variabel Ketidakpuasan Konsumen	69
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	70
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Terhadap Variabel Variasi	71
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Terhadap Variabel WOM	72
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Terhadap Variabel Perpindahan Merek.....	73
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	76
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heterokedastisitas	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji Autokorelasi.....	78
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	80
Tabel 4. 18 Hasil Uji F	81
Tabel 4. 19 Hasil Uji t	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Komentar Negatif Ketidakpuasan Konsumen Pengguna Smartphone Xiaomi.....	5
Gambar 1. 2 Komentar Negatif Kualitas Produk Pengguna Smartphone Xiaomi	6
Gambar 1. 3 Komentar Negatif Variasi Pengguna Smartphone Xiaomi	7
Gambar 1. 4 Komentar Negatif Word Of Mouth Pengguna Smartphone Xiaomi	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Teoritis.....	43