INTISARI

Minat masyarakat pada *smartphone* sangatlah tinggi. Hal ini tentu akan berpengaruh pada situasi persaingan bisnis. Banyaknya varian merek bermunculan yang ditawarkan di pasaran tentu akan mendorong keinginan konsumen untuk berpindah merek dan berdampak pada rentannya loyalitas konsumen terhadap merek. Oleh sebab itu dilakukannya sebuah penelitian berjudul "Pengaruh Persepsi Harga, Ketidakpuasan, dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perilaku Berpindah Merek pada *Smartphone* Samsung".

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, ketidakpuasan, dan kebutuhan mencari variasi terhadap perilaku berpindah merek. Sampel penelitian adalah mahasiswa UMY yang merupakan mantan pengguna *smartphone* Samsung. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey dengan membagikan kuesionerk epada 140 responden yang ditentukan dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Uji kualitas instrumen yang digunakan adalah uji Validitas dan Reliabilitas. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil besarnya sumbangan pengaruh dari ketiga variabel melalui (*adjusted* R^2) yaitu dalam kategori tinggi. Hasil uji F menunjukkan adanya pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap dependen. Hasil penelitian menunjukkan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku berpindah merek. Ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku berpindah merek. dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap berpindah merek. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai regresi yang diperoleh bernilai positif dan signifikan.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Ketidakpuasan, Kebutuhan Mencari Variasi dan Perilaku Berpindah Merek.

ABSTRACT

The people's interest of smartphone is very high. It will very affect to the business competition. The number of variant which is offered in the market will encourage the customer to switch the brand and impact on customer loyalty to the brand. Therefore a research is conducted with the title "Effect Of Price Perception, Dissatisfaction, And Variety Seeking Toward Brand Switching Behavior On Samsung Smartphone".

This research aims to analyze the effect of price perception, dissatisfaction, and the need of find variations on brand switching behavior. The research sample is UMY student who was a former of Samsung smartphone. The type of research is survey research by distributing questionnaires to 140 respondents which is determined by non-probability sampling method with purposive sampling type. The quality test instrument used is validity test and reliability. The analysis tools used is multiple linier regression.

Based on the analysis which has been done, obtained the result of the amount of contribution effect of the three variable through (adjusted R^2)in the high category. The results of F test shows the effect simultaneously between independent variable to the dependent variable. The research results show price perception have positive effect and significant to the brand switching behavior. It can be seen from the results of regression value which obtained positive value and significant.

Keyword: Price perception, Dissatisfaction, Needs of find variations, Brand Switching Behavior.