

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
BRAND SWITCHING (STUDI KASUS PADA PENGGUNA
SMARTPHONE ANDROID KE iOS IPHONE)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1



DIYAH NURUL ANISAH

1171001142

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
Telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Diyah Nurul Anisah

NIM : 1171001142

Tanda Tangan : 

Tanggal : 15 Juni 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Diyah Nurul Anisah

NIM : 1171001142

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap *Brand Swiching*
(Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Android ke iOS iPhone)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Suwandi, S.E., M.Si., Dr

()

Penguji I : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., MBA., Ph.D

(
(Muchsin)

Penguji II : Urip Sedyowidodo, Ir., M.M., IPM., Dr

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 3 November 2021

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kemudahan-Nya dalam penulisan Tugas Akhir yang berjudul “Kualitas Produk dan Harga Terhadap *Brand Switching* (Studi Kasus Pada Pengguna *Smartphone* Android ke iOS iPhone)” dalam rangka menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir, penulis menyadari bahwa mendapatkan banyak dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan mendoakan semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik kepada:

1. Bapak Sutasno dan Ibu Rosmawati selaku orang tua yang luar biasa atas do'a, nasihat, motivasi dan dukungan moril maupun materiil kepada penulis, sehingga penyusunan Tugas Akhir dapat terselesaikan.
2. Kakak Yayuk Puji Astuti, SE selaku Saudara yang telah memberikan do'a, motivasi, saran, masukan dan segala dukungan yang diberikan.
3. Bapak Dr. Suwandi, SE., M.Si selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu serta memberikan bimbingan, masukan, kritik dan saran dalam penulisan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, MM, IPM selaku dosen pembahas dalam seminar proposal yang telah memberikan saran dan masukan dalam tahap perbaikan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D selaku dosen penguji dalam sidang yang telah berkenan menguji dan membahas hasil penelitian penulis serta memberikan saran dan masukan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu selama penulis berkuliah di Universitas Bakrie.
7. Bapak Diki Surya Irawan S.T., M.Si selaku pembina KMPA Wicaktala Universitas Bakrie dan seluruh anggota KMPA Wicaktala yang tidak pernah lelah untuk menghibur, menemani, dan memberi banyak dukungan kepada penulis selama penulis berkuliah.

8. Ghina Lulu Septiani selaku sahabat yang selalu sabar menghadapi penulis, memberikan saran, semangat, motivasi dan dukungan dari awal perkuliahan hingga Tugas Akhir selesai.
9. Irvan Setiawan, Siti Nurul Hidayah, Haniifa Hauroo selaku sahabat seperjuangan yang telah memberikan banyak motivasi dan dukungan selama masa perkuliahan.
10. Erlangga Rizky Prakoso selaku sahabat dari kecil hingga sekarang yang selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan banyak dukungan.
11. Rania Ellis, Siti Nur dan Fastiana Indriyani selaku sahabat yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
12. Teman-teman semasa perkuliahan di Universitas Bakrie yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
13. Seluruh pihak terkait yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas do'a, dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari dalam penyajian dan penyusunan Tugas Akhir ini tentu masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dalam penyempurnaan Tugas Akhir. Namun, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini, dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan penelitian selanjutnya. Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas kebaikan, dukungan, bantuan dan doa yang telah diberikan kepada Penulis.

Jakarta, 20 Oktober 2021



Diyah Nurul Anisah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diyah Nurul Anisah
NIM : 1171001142
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Brand Switching (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Android ke iOS iPhone)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengolah dalam bentuk pengalihan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Oktober 2021

Yang Menyatakan



Diyah Nurul Anisah

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP *BRAND SWITCHING* (STUDI KASUS PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* ANDROID KE IOS IPHONE)

Diyah Nurul Anisah¹

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand switching* pada pengguna *smartphone* Android ke iOS iPhone. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2). Sedangkan untuk variabel terikat yaitu *brand switching* (Y). Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang disebar kepada 137 responden dengan menggunakan kuesioner secara *online* dengan teknik *non-probability sampling*. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis Regresi Linear Berganda menggunakan bantuan *IBM SPSS Statistic 25*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand switching* pada pengguna *smartphone* Android ke iOS iPhone sebesar 62,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Produk. Harga, *Brand Switching*.

¹Mahasiswa Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen

INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON BRAND SWITCHING (CASE STUDY ON ANDROID SMARTPHONE USERS TO IOS IPHONE)

Diyah Nurul Anisah²

ABSTRACT

This study aims to determine whether product quality and price have a positive and significant impact on brand switching on Android smartphone users to iOS iPhone. This study uses two independent variables, namely product quality (X1) and price (X2). Meanwhile, the dependent variable is brand switching (Y). This research method uses a quantitative method with a descriptive approach which is distributed to 137 respondents using an online questionnaire with a non-probability sampling technique. The analytical method used in this study is Multiple Linear Regression analysis using the help of IBM SPSS Statistic 25. The results of this study indicate that product quality and price variables have a positive and significant effect on brand switching on Android smartphone users to iOS iPhone by 62.1% and the rest is influenced by variables outside of this study.

Keywords : Product Quality, Price, Brand Switching.

²Mahasiswa Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	10
2.1 Pemasaran	10
2.1.1 Pengetian Pemasaran	10
2.1.2 Bauran Pemasaran	10
2.1 Kualitas Produk	11
2.2.1 Pengetian Kualitas Produk	11
2.2.2 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	12
2.3 Harga	13
2.3.1 Pengertian Harga	13
2.3.2 Dimensi dan Indikator Harga	14
2.4 <i>Brand Switching</i>	14
2.4.1 Pengertian <i>Brand Switching</i>	14
2.4.2 Dimensi dan Indikator <i>Brand Switching</i>	15
2.5 Penelitian Terdahulu	16
2.6 Kerangka Pemikiran	24
2.7 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Metode Penelitian	25
3.2 Variabel Penelitian	25

3.3 Operasioal Variabel Penelitian	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	28
3.4.1 Sumber Data	28
3.4.2 Skala Pengukuran	29
3.5 Populasi dan Sampel	30
3.5.1 Populasi	30
3.5.2 Sampel	30
3.6 Teknik Analisis Data	31
3.6.1 Uji Instrumen	31
3.6.1.1 Uji Validitas	32
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	32
3.7 Uji Asumsi Klasik	33
3.7.1 Uji Normalitas	33
3.7.2 Uji Multikolinearitas	33
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	34
3.8 Uji Kelayakan Model	35
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.9 Uji Hipotesis	35
3.9.1 Uji Parsial (Uji T)	35
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	35
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	36
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Penelitian	37
4.1.1 Pre-Test Kuesioner	37
4.1.2 Uji Validitas	37
4.1.3 Uji Reliabilitas	38
4.2 Analisis Karakteristik Responden	38
4.2.1 Jenis Kelamin	39
4.2.2 Usia	39
4.2.3 Domisili	40
4.2.3 Pekerjaan	40
4.2.5 <i>Smartphone</i> Android yang digunakan sebelum iPhone	41
4.3 Analisis Deskriptif Variabel	41
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk	42
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga	43

4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Switching</i>	44
4.4 Uji Normalitas	46
4.5 Uji Asumsi Klasik	47
4.5.1 Uji Normalitas Residual	47
4.5.2 Uji Multikolinearitas	48
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	49
4.6 Uji Kelayakan Model	50
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.7 Uji Hipotesis	51
4.7.1 Uji Parsial (Uji t)	51
4.7.2 Uji Simultan (Uji F)	53
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	27
Tabel 3.2 Koefisien Reliabilitas.....	32
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden.....	39
Tabel 4.5 Domisili Responden.....	40
Tabel 4.6 Pekerjaan Responden	40
Tabel 4.7 Smartphone Android yang digunakan Sebelum iPhone.....	41
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk	42
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Harga	43
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Brand Switching	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Residual.....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji t)	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (uji F).....	53
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Smartphone di Indonesia 2016-2019	1
Gambar 1.2 Pangsa Pasar Sistem Operasi Terbesar di Indonesia Maret 2020 – April 2021	2
Gambar 1.3 Perpindahan Pengguna iOS iPhone ke Android dan Perpindahan Android ke iOS iPhone	3
Gambar 5.1 Normal P-Plot	48