

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku *Brand Switching* Konsumen Dalam Penggunaan Produk Smartphone (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Insitut Agama Islam Negeri Tulungagung) ini ditulis oleh Indah Sulistiawati NIM.17402153026, pembimbing Dr. Nur Aini Latifah SE, MM.,

Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat dan penggunaan *smartphone* yang saat ini menjadi salah satu kebutuhan sehari-hari meningkatkan persaingan antar vendor *smartphone* dan pelaku bisnis lain didalamnya, termasuk Indo Celluler. Bervariasinya merek dan ketidakpuasan terhadap gagalnya pelayanan *smartphone* yang dihasilkan berbagai vendor menyebabkan kecenderungan konsumen untuk melakukan kegiatan berpindah merek.

Penelitian ini mengangkat perilaku konsumen dalam kegiatan berpindah merek dalam penggunaan produk *smartphone* pada mahasiswa Ekonomi Syariah dengan tujuan untuk mengetahui perilaku konsumen terkait faktor penyebab dan proses pengambilan keputusan dalam melakukan perpindahan merek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari responden secara langsung di lapangan dengan observasi dan wawancara pada pemilik dan manajer Indo Celluler dan mahasiswa Ekonomi Syariah yang melakukan perpindahan merek, dan data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku mahasiswa sebagai konsumen dalam perpindahan merek di Indo Celluler jika dianalisa dari prinsip dasar kepuasan pelanggan bahwa kegiatan *brand switching* mahasiswa diakibatkan kegagalan fungsi produk dan kemunculan inovasi baru yang dirasakan konsumen yang mengakibatkan penurunan kepuasan dan mengakibatkan konsumen berpindah merek ke merek lain yang mendekati ekspektasi mereka melalui berbagai media seperti media cetak, sosial media, rekomendasi teman dan keluarga, atau langsung melalui tenaga marketing.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumen, Jual beli, Smartphone, dan Perpindahan Merek.*

ABSTRACT

Thesis with the title "Analysis of factors affecting the Brand behavior of switching consumers in the use of Smartphone products (study on sharia economics students in the state Islamic Religious Institute Tulungagung) was written by Indah Sulistiawati NIM. 17402153026, Supervisor Dr. Nur Aini Latifah SE, MM.,

The rapid development of information technology and the use of smartphones that today become one of the daily needs to improve competition between smartphone vendors and other business people in the area, including Indo Cellular. Varied brand and dissatisfaction with the failure of the smartphone service produced by various vendors caused the tendency of consumers to do brand switching activities.

This research elevates consumer behavior in brand-changing activities in the use of smartphone products in Sharia economics students with the aim of knowing the consumer behavior related to causal factors and decision making processes in Making brand moves.

This study used a qualitative approach with this type of case study research. The data used is the primary data obtained from the respondents directly in the field with observations and interviews to the owner and manager of Indo Cellular and sharia economics students who make brand shifts, and secondary data obtained from the literature study.

The results showed that students' behavior as consumers in the transfer of brand in Indo Cellular if analyzed from the basic principle of customer satisfaction, brand switching activities are caused by failure of product functions and emergence of new innovations that result in decreased satisfaction and result in customers switching to other brands that approach expectations they are through various media such as print media, social media, recommendation of friend or family, or directly to marketing personnel.

Keywords: *Consumer Behavior, Sale and Purchase, Smartphones and Brand Switching.*