

**PENGARUH KETIDAKPUASAN DAN HARGA  
TERHADAP *BRAND SWITCHING*  
(Studi pada Komunitas Motor CB di Jombang)**

**ABSTRAKSI**

**Oleh :  
Yudha Saputra**

**Dosen Pembimbing :  
Indra Kurniawan, S.Sos, MM**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Ketidakpuasan dan Harga terhadap *brand switching* pada Komunitas CB di Jombang. Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas CB yang menggunakan produk ban merek X berpindah ke merek lain yang berada di Jombang, sedangkan teknik pengambilan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi liner berganda, uji *t*, dan uji analisis koefisien determinan ( $R^2$ ). Dari hasil tersebut didapati bahwa Ketidakpuasan dapat meningkatkan terjadinya *brand switching* dan Harga tidak menimbulkan efek terjadinya *brand switching* pada pengguna komunitas yang menggunakan produk ban merek X di Jombang. Untuk penelitian yang akan datang dapat menambahkan variabel lain yang bisa meningkatkan pengaruh terhadap *brand switching*, missal Kualitas produk dan/ atau kebutuhan mencari variasi.

**Kata Kunci : Ketidakpuasan, Harga dan *Brand Switching*.**

**PENGARUH KETIDAKPUASAN DAN HARGA  
TERHADAP *BRAND SWITCHING*  
(Studi pada Komunitas Motor CB di Jombang)**

***ABSTRACTION***

**By : Yudha Saputra**

**Dosen Pembimbing :  
Indra Kurniawan, S.Sos, MM**

*This research aims to analyze the influence of Dissatisfaction and price against the brand switching on the CB Community in Jombang. The population in this research is the CB community who tyre brand X using the product switching to other brands that are in Jombang, whereas engineering data retrieval is done is to use the technique of accidental sampling. In this study using quantitative analysis includes the test validity and reliability, classic assumption test. A method of data analysis in this study using a double liner regression analysis, test  $t$ , and test analysis of coefficients of a determinant ( $R^2$ ). From those results found that Discontent may increase the occurrence of brand switching and prices do not cause the onset of effect of brand switching on the user community using the tire brand X in Jombang. For upcoming research can add another variable that could increase the impact on brand switching, missal product quality and/or need look for variations.*

*Keywords: dissatisfaction, price and Brand Switching.*