

**PERILAKU *BRAND SWITCHING* KONSUMEN TERHADAP
SMARTPHONE PADA *DRIVER* OJEK ONLINE
DI BANJARMASIN**

SKRIPSI

OLEH

DEFINA ARMELIA FEBRIYANTI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN**

2023 M/1444 H

**PERILAKU *BRAND SWITCHING* KONSUMEN TERHADAP
SMARTPHONE PADA *DRIVER* OJEK ONLINE
DI BANJARMASIN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Untuk Memenuhi Sebagian Salah Satu Syarat
Menyelesaikan Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi**

Oleh:

DEFINA ARMELIA FEBRIYANTI

180105010180

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Defina Armelia Febriyanti

NIM : 180105010180

Tempat/Tgl.Lahir : Sampit, 20 Februari 2000

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiasi atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau Sebagian besar, maka skripsi/makalah dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 06 Juni 2023

Yang membuat pernyataan

Tanda tangan

Defina Armelia Febriyanti

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul :Perilaku *Brand Switching* Konsumen Terhadap
Smartphone pada *Driver* Ojek Online di
Banjarmasin
Ditulis oleh :Defina Armelia Febriyanti
NIM :180105010180
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program :Strata Satu (S-1)
Program Studi :Ekonomi Syariah
Tahun Akademik :2022/2023
Tempat dan tanggal lahir :Sampit, 20 Februari 2000
Alamat :Jl. Di. Panjaitan Gg. Keluarga 4 No. 81

Setelah diteliti dan diperbaiki seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.


Banjarmasin, 06 Juni 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin,



Rohana Faridah, S.E, M.M
NIP. 197804272009012010

Pembimbing



Muhammad Rizali, S.H.I.M.H
NIP. 198601162011011012

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: "Perilaku Brand Switching Konsumen Smartphone pada Driver Ojek Online di Banjarmasin", ditulis oleh Defina Armelia Febriyanti, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 7 Juli 2023

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

Dr. H. Sukarni, M.Ag
NIP. 196304171991021001

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Radiansyah, S.Ag., M.Pd.I. (Ketua)	1. 
2. Dra. Hj. Fithriana Syarqawie, M.H.I. (Anggota)	2. 
3. Muhammad Rizali, M.H. (Anggota)	3. 
4. Yusuf Asyahri, S.E., M.E. (Anggota)	4. 

ABSTRAK

Defina Armelia Febriyanti. 2000. *Perilaku Brand Switching Konsumen terhadap Smartphone pada Driver Ojek Online di Banjarmasin.*, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Muhammad Rizali, S.H.I, M.H.

Kata Kunci: perilaku konsumen, *brand switching*, *smartphone*

Semakin berkembang jaman, semakin berkembang pula alat komunikasi yaitu *smartphone*, semakin lama semakin menarik dari bentuk dan featurnya. Setiap *smartphone* pasti memiliki keunggulan dan kelemahan yang berbeda-beda. Konsumen yang mengalami ketidakpuasan pasca konsumsi mempunyai kemungkinan akan mencari alternatif merek lain pada konsumsi berikutnya untuk meningkatkan kepuasannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku *Driver Ojek Online* sebagai konsumen dan faktor-faktor apa saja yang menjadi penyebab perilaku *brand switching* konsumen terhadap *smartphone* pada *Driver Ojek Online* di Banjarmasin.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan wawancara kepada *Driver Ojek Online* di Banjarmasin. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yaitu, mereduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dengan responden yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor sosial yaitu kelompok referensi dan keluarga, dan faktor pribadi yaitu pekerjaan, umur, dan gaya hidup. Yang menjadi penyebab perilaku *brand switching* adalah kualitas produk, harga, iklan dan promosi, dan variasi. Dimana setiap konsumen dalam melakukan *brand switching* pasti akan mencari produk dan merek *smartphone* yang lebih baik dari produk dan merek *smartphone* yang konsumen gunakan sebelumnya.

MOTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.” (Q.S. Al-Baqarah/2 : 286)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa

Karya sederhana ini untuk:

Diriku sendiri

Abah dan mama tercinta

Keluarga tersayang

Teman baikku

Yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang

Yang tulus dan tak ternilai

Terima kasih.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tertanggal 22 Januari 1988 Nomor 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	b	be
ت	ta'	t	te
ث	sa'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ḥa'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	Ge
ف	fa'	f	Ef
ق	Qaf	q	Qi
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	'el
م	Mim	m	'em
ن	Nun	n	'en
و	waw	w	we
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	◌	apostrof
ي	ya'	y	ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُتَكَبِّر	ditulis	<i>mutakabbir</i>
الْقُدُوس	ditulis	<i>al-quḍūs</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جَامِعَة	ditulis	<i>jāmi'ah</i>
----------	---------	----------------

مكتبة	ditulis	<i>maktabah</i>
-------	---------	-----------------

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	ditulis	<i>al-maktabah al-jamīlah</i>
-----------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal pendek

◌َ	fathah	ditulis	a
◌ِ	kasrah	ditulis	i
◌ُ	dammah	ditulis	u
شكر	fathah	ditulis	syakara
قرأ	kasrah	ditulis	quri’a
ينطق	dammah	ditulis	yanṭiqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis	<i>ā kāmīlah</i>
---	------------------------	---------	------------------

2	fathah + ya mati صلى	ditulis	<i>ā ṣallā</i>
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis	<i>ī syadīd</i>
4	dammah + wawu mati صدر	ditulis	<i>ū ṣudūr</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis	Ai <i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati و فرعون ذي الأوتاد	ditulis	Au <i>wa fir'auna ḏi al-autād</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم أشد خلقا	ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
----------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

- a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الكتاب	ditulis	<i>al-kitāb</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidgamkan*

الصبح	ditulis	<i>aṣ-ṣubḥu</i>
الساهرة	ditulis	<i>as-sāhirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	ditulis	<i>birru al-wālidaini</i>
إذا الشمس	ditulis	<i>Iḏa asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanya bagi Allah swt berkat limpahan nikmat dan karunia serta petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan yang berjudul *Perilaku Brand Switching Konsumen Terhadap Smartphone pada Driver Ojek Online di Banjarmasin*

Sholawat dan salam selalu kita junjungkan kepada Nabi besar kita Nabi Muhammad Saw beserta keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Tujuan menyusun tugas akhir ini dalam rangka untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin berterimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sukarni, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Ibu Rohana Faridah, S.E, M.M, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Bapak Muhammad Rizali, S.H.I, M.H selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari

Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

5. Kedua orang tuaku yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
6. Bapak dan ibu serta staf/karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
7. Dan semua pihak yang telah membantu dalam skripsi ini

Semoga Allah swt. Membalas semua kebaikan dari pihak-pihak yang terkait. Semoga karya tulis penulis ini menambah khazanah dan ilmu pengetahuan ekonomi dan bisnis islam.

Banjarmasin, 06 Juni 2023

Penulis,



Defina Armelia Febriyanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
HALAMAN PERSEETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional.....	6
F. Penelitian Terdahulu	8
G. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II PERILAKU KONSUMEN DAN BRAND SWITCHING.....	12
A. Perilaku Konsumen	12
B. Brand Switching.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	29
B. Lokasi Penelitian	29
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	29
D. Data dan Sumber Data	30
E. Metode Pengumpulan Data	31
F. Analisis Data.....	31

BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	33
A. Penyajian Data.....	33
B. Analisis Data.....	57
BAB V PENUTUP.....	65
A. Simpulan.....	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Hasil wawancara	51
---------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Market Share Smartphone</i>	3
Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek	22