



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Wilujeng, R., & Rahmandad, H. (2023). Determinants of Effective Pricing Decisions in Emerging Markets. *Journal of Business and Management Studies*.
- Ademi, A., & Avdullahi, V. (2021). Pricing Strategies in Competitive Markets. *International Journal of Economics and Management*.
- Agustina, N. Iaras. (2019). *Teori Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Cv Budi Utama.
- Ajzen, I. (2017). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2nd ed.). New York: Open University Press.
- Bailey, K. D. (2014). *Methods of Social Research* (4th ed.). New York: The Free Press.
- Dewantara, S., Mursito, B., & Kustiyah, E. (2018). Analisis Faktor Ketidakpuasan, Fitur Produk, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Switching Pada Produk Smartphone OPPO. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 18(1), 106–116.
- Farida, N., Nurhayati, S., & Wulandari, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga, dan variety seeking terhadap *brand switching* konsumen smartphone di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). *Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error*. *Journal of Marketing Research*
- Gefen, D., Straub, D., & Boudreau, M. C. (2010). *Structural Equation Modeling and Regression: Guidelines for Research Practice*. *Communications of the Association for Information Systems*
- Ganes, R., Arnold, M., & Reynold, D. (2017). *Consumer Brand Switching Behavior: Theoretical Framework and Applications*. New York: McGrawHill.



Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Kotler, P.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Höck, M., & Ringle, C. M. (2006). *Strategic Networks in the Software Industry: An Empirical Analysis of the Value Continuum*. *International Journal of Technology Management*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Keller, K. L., & Chernev, A. (2019). *Marketing Management* (Global 16th ed.). New York: Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th Global Edition). Harlow: Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th Global Edition). Harlow: Pearson Education.

Loprang, J. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perpindahan Merek (Brand Switching) Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.

M. Anang Firmansyah. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. Buku Pemasaran Produk Dan Merek, Augustus.

Ma, L. (2023). Consumer behavior and digital marketing adaptation. *Journal of Consumer Research*.

Monroe, K. B. (2017). *Pricing: Making Profitable Decisions* (4th ed.). New York:



McGraw-Hill Education.

- Mudji, S. (2011). Analisis pengaruh harga, kebutuhan mencari variasi, dan word of mouth terhadap perilaku brand switching pada minuman bersoda Coca-Cola ke Big Cola. Undergraduate Thesis, Fakultas Diponegoro. Ekonomika dan Bisnis, Universitas
- Oktavia, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Indonesia, S. (2021). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Serta Variety Seeking Terhadap Brand Switching .
- Pebriana, R. (2017). Pengantar Teknologi Smartphone dan Dampaknya dalam Dunia Digital. Bandung: Informatika.
- Purwanto, W. (2013). Analisis perilaku brand switching konsumen dalam pembelian produk handphone di Semarang. Undergraduate Thesis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
- Roflin, E., & Liberty, J. (2021). Population and sampling techniques in quantitative research. International Journal of Research Methodology.
- Rosalina, L., Qomariah, N., & Sari, N. P. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada produk ritel. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis.
- Rosi, F. (2012). Pengaruh ketidakpuasan dan iklan produk pesaing terhadap perilaku brand switching dengan kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi. Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2004). *PLS Path Modeling. Computational Statistics & Data Analysis*
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran: Strategi dan Implementasi di Era Digital. Yogyakarta



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Tulipa, D., & Muljani, N. (2015). The Country of Origin and Brand Image Effect on Purchase Intention of Smartphone in Surabaya - Indonesia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*.
<https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n5s5p64>. Sciences, December.

Wardhana, A. (2014). Proses Keputusan Pembelian Konsumen. In *Angewandte Chemie International Edition*.

Widyawati, W., Andhini, G. K., Susanti, R., Bindas, A., Indrawati, N. S., *et al.* (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. PT.Sonpedia Publishing Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=g50Teqaaqbal>



Lampiran Kuesioner

Kepada Yth.

Responden Penelitian

Di tempat

Bersama ini saya:

Nama: Riska Prorina

NIM: 101221010042

Keterangan: Mahasiswa S1, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indragiri (UNISI) Tembilahan

Terkait dengan penelitian yang akan saya teliti, dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP *BRAND SWITCHING* KONSUMEN *SMARTPHONE* OPPO DI TEMBILAHAN", maka untuk mendukung keberhasilan pelaksanaan penelitian ini, saya memohon kesediaan saudara/i mengisi daftar pertanyaan yang saya ajukan. Kesediaan saudara/i merupakan bantuan yang sangat bernilai bagi saya.

Akhir kata, atas bantuan dan kelapangan hati saudara/i, saya ucapkan banyak terima kasih.

Hormat peneliti,

RISKA PRORINA
Nim.101221010042



IDENTITAS RESPONDEN

Untuk keperluan keabsahan data penelitian ini, saya mengharapkan kepada saudara/i untuk mengisi identitas berikut ini:

Nama :

Jenis kelamin:

Umur:

Pekerjaan: a). Pelajar c). Pegawai Swasta
 b). Mahasiswa d). Wirawasta
 e). Lainnya

CARA PENGISIAN KUESIONER

Petunjuk pengisiannya yaitu pertanyaan pada bagian ini menyediakan jawaban dengan kode (STS, TS, R, S, SS). Setiap responden hanya diberi kesempatan menceklis (V) satu jawaban. Adapun maknanya yaitu:

1. (STS) Sangat Tidak Setuju
2. (TS) Tidak Setuju
3. (N) Netral
4. (S) Setuju
5. (SS) Sangat Setuju



DAFTAR PERTANYAAN

KUALITAS PRODUK (X1)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	KINERJA (PERFORMANCE)					
1	Menurut saya smartphone OPPO yang saya gunakan memiliki kinerja yang baik dalam memenuhi kebutuhan komunikasi dan aktivitas sehari-hari.					
2	Menurut saya smartphone OPPO mampu menjalankan berbagai aplikasi dengan lancar.					
	FITUR (FEATURES)					
3	Menurut saya fitur yang tersedia pada smartphone OPPO sudah lengkap sesuai kebutuhan saya.					
4	Menurut saya fitur-fitur pada smartphone OPPO lebih menarik dibandingkan merek lain pada kelas yang sama.					
	KEANDALAN (RELIABILITY)					
5	Menurut saya smartphone OPPO memiliki tingkat keandalan yang baik saat digunakan dalam jangka waktu lama.					
6	Menurut saya smartphone OPPO jarang mengalami gangguan atau kerusakan saat digunakan.					
	DAYA TAHAN (DURABILITY)					
7	Menurut saya smartphone OPPO memiliki daya tahan yang baik untuk penggunaan sehari-hari.					
8	Menurut saya baterai smartphone OPPO mampu bertahan sesuai kebutuhan penggunaan saya.					
	ESTETIKA (AESTHETIC)					
9	Menurut saya desain smartphone OPPO terlihat menarik dan modern.					
10	Menurut saya tampilan smartphone OPPO memberikan kesan elegan dan nyaman digunakan.					

HARGA (X2)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	KETERJANGKAUAN HARGA					
1	Menurut saya harga smartphone OPPO dapat dijangkau oleh kemampuan finansial saya.					
2	Menurut saya harga smartphone OPPO sesuai dengan manfaat yang saya peroleh.					
	KESESUAIAN HARGA DENGAN KUALITAS PRODUK					
3	Menurut saya harga smartphone OPPO sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.					



4	Menurut saya harga smartphone OPPO sesuai dengan fitur yang diberikan.					
	DAYA SAING HARGA					
5	Menurut saya harga smartphone OPPO mampu bersaing dengan merek smartphone lainnya.					
6	Menurut saya harga smartphone OPPO lebih kompetitif dibandingkan beberapa merek pesaing.					
	POTONGAN HARGA / PROMOSI					
7	Menurut saya program diskon atau promosi yang diberikan OPPO cukup menarik.					
8	Menurut saya potongan harga yang diberikan OPPO mempengaruhi keputusan pembelian saya.					

BRAND SWITCHING (Y)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	KETIDAKPUASAN KONSUMEN					
1	Saya merasa kurang puas terhadap smartphone OPPO yang saya gunakan saat ini.					
2	Saya pernah mengalami kekecewaan terhadap kinerja smartphone OPPO.					
	KEINGINAN MENCoba MEREK LAIN (VARIETY SEEKING)					
3	Saya tertarik mencoba merek smartphone lain selain OPPO.					
4	Saya sering mencari informasi mengenai smartphone dari merek lain.					
	SENSITIVITAS TERHADAP HARGA					
5	Saya mempertimbangkan berpindah merek apabila terdapat smartphone lain dengan harga yang lebih murah.					
6	Perbedaan harga mempengaruhi keputusan saya untuk berpindah merek smartphone.					
	PENGARUH IKLAN DAN PROMOSI					
7	Iklan smartphone merek lain menarik minat saya untuk beralih dari OPPO.					
8	Promosi yang dilakukan merek lain mendorong saya mempertimbangkan perpindahan merek.					
	PERUBAHAN HARGA					
9	Kenaikan harga smartphone OPPO membuat saya mempertimbangkan merek lain.					
10	Saya berencana berpindah ke merek smartphone lain apabila harga OPPO semakin tinggi.					



LAMPIRAN DATA RESPONDEN

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	Perempuan	21 - 30 tahun	Mahasiswa
2	Perempuan	21 - 30 tahun	Wiraswasta
3	Perempuan	21 - 30 tahun	Mahasiswa
4	Perempuan	21 - 30 tahun	Mahasiswa
5	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
6	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
7	Perempuan	21 - 30 tahun	Mahasiswa
8	Perempuan	21 - 30 tahun	Mahasiswa
9	Perempuan	> 30 tahun	Pegawai Swasta
10	Perempuan	18 - 20 tahun	Pelajar
11	Perempuan	18 - 20 tahun	Pelajar
12	Perempuan	18 - 20 tahun	pengangguran
13	Perempuan	> 30 tahun	Pegawai Swasta
14	Perempuan	> 30 tahun	Pegawai Swasta
15	Perempuan	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
16	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Pelajar
17	Laki - Laki	21 - 30 tahun	TNI
18	Laki - Laki	21 - 30 tahun	TNI
19	Laki - Laki	> 30 tahun	Wiraswasta
20	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Mahasiswa
21	Perempuan	21 - 30 tahun	Mahasiswa
22	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Mahasiswa
23	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Mahasiswa
24	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
25	Perempuan	21 - 30 tahun	Mahasiswa
26	Perempuan	21 - 30 tahun	Mahasiswa
27	Perempuan	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
28	Perempuan	18 - 20 tahun	Pelajar
29	Laki - Laki	18 - 20 tahun	Pelajar
30	Laki - Laki	18 - 20 tahun	Pelajar
31	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Mahasiswa
32	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
33	Laki - Laki	> 30 tahun	Pegawai Swasta
34	Perempuan	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
35	Perempuan	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
36	Perempuan	21 - 30 tahun	Wiraswasta
37	Perempuan	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

38	Perempuan	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
39	Perempuan	21 - 30 tahun	Mahasiswa
40	Perempuan	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
41	Perempuan	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
42	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
43	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
44	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
45	Perempuan	21 - 30 tahun	Mahasiswa
46	Perempuan	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
47	Laki - Laki	18 - 20 tahun	Pelajar
48	Perempuan	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
49	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
50	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
51	Perempuan	21 - 30 tahun	Mahasiswa
52	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
53	Perempuan	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
54	Perempuan	18 - 20 tahun	Pelajar
55	Perempuan	21 - 30 tahun	Wiraswasta
56	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
57	Perempuan	18 - 20 tahun	Pelajar
58	Perempuan	21 - 30 tahun	Wiraswasta
59	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
60	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Mahasiswa
61	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Mahasiswa
62	Perempuan	18 - 20 tahun	Pelajar
63	Perempuan	18 - 20 tahun	Pelajar
64	Perempuan	18 - 20 tahun	Pelajar
65	Perempuan	18 - 20 tahun	Pelajar
66	Perempuan	> 30 tahun	Pegawai Swasta
67	Perempuan	> 30 tahun	Wiraswasta
68	Laki - Laki	18 - 20 tahun	Mahasiswa
69	Perempuan	21 - 30 tahun	Wiraswasta
70	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
71	Laki - Laki	> 30 tahun	Pegawai Swasta
72	Perempuan	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
73	Perempuan	> 30 tahun	Wiraswasta
74	Perempuan	21 - 30 tahun	Wiraswasta
75	Perempuan	21 - 30 tahun	Mahasiswa
76	Perempuan	21 - 30 tahun	Mahasiswa
77	Perempuan	18 - 20 tahun	Pelajar
78	Perempuan	21 - 30 tahun	Wiraswasta



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

79	Perempuan	21 - 30 tahun	Wiraswasta
80	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Pegawai Swasta
81	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
82	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
83	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
84	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Wiraswasta
85	Perempuan	18 - 20 tahun	Pelajar
86	Perempuan	21 - 30 tahun	Wiraswasta
	Laki - Laki	21 - 30 tahun	Mahasiswa





Lampiran Tabulasi Jawaban Responden

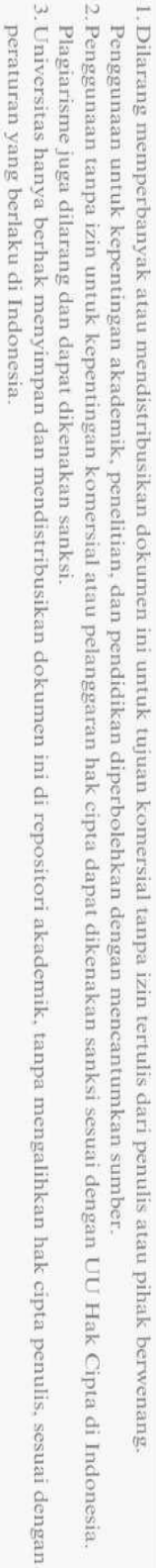
Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
4	4	3	5	4	3	4	5	3	4
5	5	4	4	4	5	3	4	3	5
3	3	5	4	3	4	3	3	5	5
4	3	4	3	5	4	4	5	5	5
4	4	5	3	5	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	4	4	3	3	3
4	4	3	4	3	5	4	4	4	5
5	5	3	4	4	3	3	5	5	5
4	4	5	4	5	4	3	4	4	4
4	4	3	5	4	3	4	4	4	5
4	4	4	4	3	5	5	4	4	4
3	3	3	4	4	3	3	4	4	4
3	3	4	3	4	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	5	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	3	4	4	5	4	4	3	4	4
4	3	4	3	4	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	3	5	5	5
3	5	5	5	5	3	5	5	5	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

[illegible]



4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	3	4
4	3	3	3	3	3	3	3	5	4
5	4	4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
4	3	3	3	3	3	3	5	4	4

Tabulasi Jawaban Responden Harga

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
3	4	5	3	4	4	4	4
4	5	4	5	4	3	3	3
4	4	4	4	5	4	4	4
4	3	5	3	3	3	3	3
3	4	3	5	3	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	3	3	3
5	5	3	4	5	4	4	4
3	5	5	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	3	5	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	3	4
5	3	3	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	5	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	5	3	3	3
4	4	4	4	5	4	4	4
3	3	3	5	4	3	3	3
4	4	4	3	5	4	4	4



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	3	3	3
4	3	3	4	3	4	4	3
3	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	4	3	3	3
5	5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	3	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5
3	3	3	3	3	5	3	3
4	4	3	3	4	4	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	6	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	4	5	3	3	3

Tabulasi Jawaban Kuesioner *Brand Switching*

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10
3	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5	3	3	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
3	5	3	5	3	5	3	5	3	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	3	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	5	3	5	3	5	3	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	5	4	5	4	5	4	5
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

4	3	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	3	5	4	4	3	5	4
5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
3	4	5	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
3	3	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	3	3	4



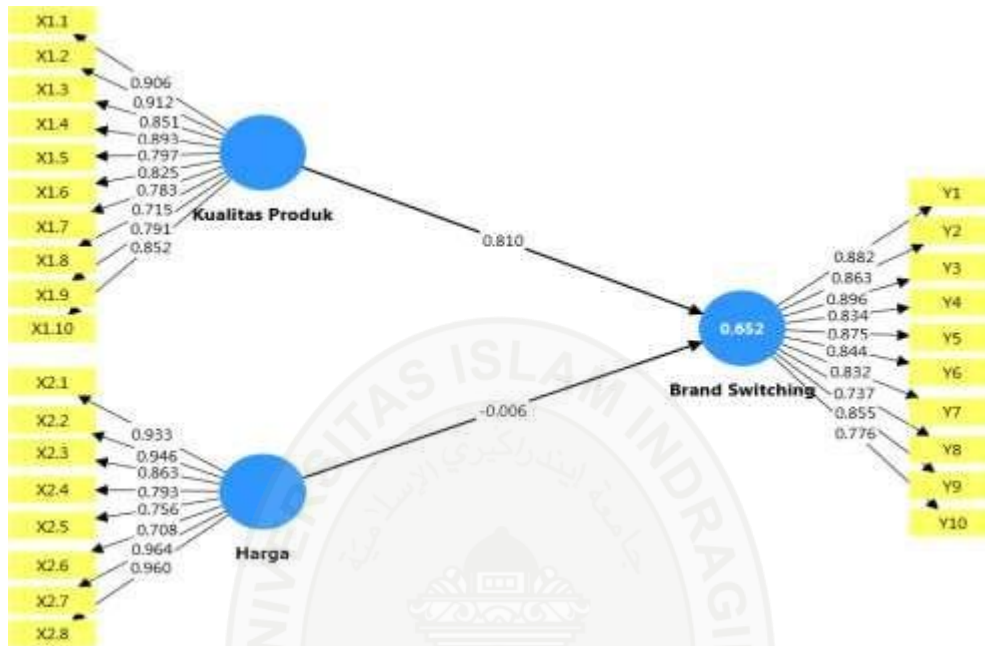
4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
3	3	4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	3	3	4	5
4	4	4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	5	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
4	4	4	3	3	5	4	3	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	3	5	3	4	4	4	5	4



Lampiran Olah Data SmartPLS

Uji Evaluasi Pengukuran (Outer Model)

1. Convergent Validity



Kalkulasi *Outer Loading*

2. Uji Discriminant Validity

Variabel	Brand Switching	Harga	Kualitas Produk
X1.1	0.780	0.385	0.906
X1.2	0.643	0.439	0.912
X1.3	0.667	0.436	0.851
X1.4	0.683	0.444	0.893
X1.5	0.567	0.313	0.797
X1.6	0.581	0.334	0.825
X1.7	0.571	0.271	0.783
X1.8	0.655	0.256	0.715
X1.9	0.651	0.373	0.791
X1.10	0.843	0.347	0.852
X2.1	0.317	0.933	0.413
X2.2	0.340	0.946	0.413
X2.3	0.286	0.863	0.421
X2.4	0.314	0.793	0.324
X2.5	0.250	0.756	0.369
X2.6	0.137	0.708	0.203
X2.7	0.337	0.964	0.416



X2.8	0.343	0.960	0.398
Y1	0.882	0.315	0.756
Y2	0.863	0.305	0.813
Y3	0.896	0.278	0.749
Y4	0.834	0.255	0.636
Y5	0.875	0.350	0.715
Y6	0.844	0.222	0.624
Y7	0.832	0.348	0.655
Y8	0.737	0.248	0.487
Y9	0.855	0.322	0.653
Y10	0.776	0.244	0.617

3. Uji Realibilitas dan nilai *AVE*

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Brand Switching	0.954	0.959	0.960	0.707
Harga	0.953	0.968	0.961	0.758
Kualitas Produk	0.951	0.957	0.958	0.697

Uji Model Struktural (*Inner Model*)

1. Uji R-Square

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
<i>Brand Switching</i>	0.652	0.644