

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BRAND SWITCHING* KONSUMEN  
(SURVEY PADA PENGGUNA APLIKASI DISNEY PLUS  
HOTSTAR DI KOTA PADANG)**

**TESIS**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister  
Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh.

**GEZA SCORTIONDA  
2020522033**

**PROGRAM STUDI S2 MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2023**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BRAND SWITCHING* KONSUMEN  
(SURVEY PADA PENGGUNA APLIKASI DISNEY PLUS  
HOTSTAR DI KOTA PADANG)**

**TESIS**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister  
Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Pembimbing I

**Dr. Desi Kurnia Sari, SE, M.Bus**

Pembimbing II

**Dr. Eri Besra, SE, MM**

**PROGRAM STUDI S2 MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2023**

**Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Switching* Konsumen (Survey  
Pada Pengguna Aplikasi Disney Plus Hotstar di Kota Padang)**

Tesis oleh Geza Scortionda

Pembimbing 1 : Dr. Dessy Kurnia Sari, SE, M. Bus (Adv), PhD

Pembimbing 2 : Dr. Eri Besra, SE, MM

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan *variety seeking* terhadap perilaku *Brand Switching* melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi produk TV kabel berlangganan MNC Vision ke aplikasi Disney Plus Hotstar. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 175 orang yang telah berpindah berlangganan dari TV kabel MNC Vision ke aplikasi Disney Plus Hotstar. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) yang diolah dengan menggunakan *software* SmartPLS. Kualitas produk dan harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen serta juga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Brand Switching* MNC Vision ke Disney Plus Hotstar. Sedangkan untuk promosi, *variety seeking*, dan kepuasan konsumen baik pada pengaruh secara langsung maupun tidak langsung semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Switching* TV kabel berlangganan MNC Vision ke aplikasi Disney Plus Hotstar. Konsumen yang mayoritas berpindah berlangganan ke aplikasi Disney Plus Hotstar dikarenakan 18 *TV Channel* yang dikelola oleh Disney dan Fox ini secara resmi telah dihapus di seluruh TV kabel berlangganan di Hongkong dan Asia Tenggara sejak tanggal 1 Oktober 2021 yang lalu. Faktor – faktor lain yang menyebabkan terjadinya tindakan *Brand Switching* ini adalah konsumen ingin bernostalgia dengan film – film *Disney* sewaktu mereka masih kecil dan konsumen yang sudah berpindah berlangganan ke aplikasi Disney Plus Hotstar ini tidak setuju biaya berlangganan Disney Plus ini dibilang “murah”, karena kata “murah” itu kesannya seolah – olah seperti produk yang berkualitas rendah.

**Kata kunci : *Brand Switching*, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen**

***Factors Affecting Brand Switching Behavior***  
***(Survey on Disney Plus Hotstar's Users in Padang)***

*Thesis by Geza Scortionda*

*Advisor 1 : Dr. Dessy Kurnia Sari, SE, M. Bus (Adv), PhD*

*Advisor 2 : Dr. Eri Besra, SE, MM*

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality, price, promotion, and variety seeking on Brand Switching behavior through Customer Satisfaction as a mediating variable for MNC Vision to Disney Plus Hotstar. The number of samples on this study are 175 respondents who had switched subscriptions from MNC Vision to Disney Plus Hotstar. The data analysis method used the Structural Equation Model (SEM) which is processed using Smart PLS. Product quality and price have no positive and insignificant effect on Customer Satisfaction and also have no positive and insignificant effect on Brand Switching Pay TV Cable MNC Vision to Disney Plus Hotstar. As for promotion, variety seeking, and customer satisfaction both of directly and indirectly, all have an positive and significant effects on Brand Switching Pay TV Cable MNC Vision to Disney Plus Hotstar application. A lot of Customers switched their subscriptions from MNC Vision to Disney Plus Hotstar because there were 18 Pay TV Channel on Pay TV Cable managed by Disney and Fox which had been removed officially in Hongkong and Southeast Asia in October 1<sup>st</sup> 2021. Other factors affecting Brand Switching Behavior are Customers wanted to felt nostalgic with Disney Movies. In additional, Mostly Customers didn't agree with the statement "cheap" on Disney Plus Hotstar's pay subscription. They said that "Cheap" sounded like a low quality product.*

***Keywords : Brand Switching, Product Quality, Price, Customer Satisfaction***