

ABSTRAKSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN, VARIASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP PERPINDAHAN MEREK SMARTPHONE PADA KALANGAN PEBISNIS DI WILAYAH SEMARANG

Disusun Oleh : Lazuardy Soldyanuha
NIM : 30401310838

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1) terhadap perpindahan merek, iklan (X2) terhadap perpindahan merek, variasi produk (X3) terhadap perpindahan merek, serta harga (X4) terhadap perpindahan merek.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pebisnis yang sudah pernah melakukan perpindahan merek di kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik non probabilitas sampling. Jenis data adalah primer dan sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil dari analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan diperoleh hasil yaitu $Y = 0,374X_1 + 0,419X_2 + 0,227X_3 + 0,200X_4 + e$. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel kualitas produk (0,374), diikuti oleh variabel iklan (0,419), selanjutnya variabel variasi produk (0,227), kemudian variabel harga (0,200). Hasil uji t membuktikan bahwa variabel independen (kualitas produk, iklan, variasi produk, harga) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu perpindahan merek. Dan koefisien determinasi (adjusted R^2) yang diperoleh sebesar 0,527. Hal ini berarti 52,7% perpindahan merek dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, iklan, variasi produk, harga. Dan sisanya yaitu 47,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : kualitas produk, iklan, variasi produk, harga dan perpindahan merek

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality (X1) to transfer brand, advertising (X2) to transfer brand, product variation (X3) to transfer brand, and price (X4) to brand switching.

The population used in this study is a businessman who has been doing brand switching in Semarang. The sample in this study are 100 respondents. This research using non-probability sampling techniques. The type of data in this study are primary data and secondary data. This study are used questionnaires to collecting data. The analysis technique used is Multiple Linear Regression.

From the Multiple Linear Regresion analysis that has been done, the result show that $Y = 0,374X1 + 0,227X3 + 0,419X2 + 0,200X4 + e$. Based on these result, found that the most influential independent variable on the dependent variable is the variable quality of the product (0.374), followed by a variable ad (0.419), then the variable product variations (0.227), then the price variable (0.200). T Test results prove that the independent variable (product quality, advertising, product variety, price) has a positive and significant effect on the dependent variable is brand switching. And the coefficient of determination (adjusted R2) obtained at 0.527. It means that 52.7% brand switching is influenced by the variable quality of the product, advertising, product variety, and price. And the remaining 47.3% is influenced by other variables.

Keyword: *product quality, advertising, product variation, price and brand switching*