

**BRAND SWITCHING ANALYSIS
(CASE STUDY OF OPPO SMARTPHONE USERS
IN CIGANJUR, JAGAKARSA)**

By Endah Mahayu Putri

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the effect of product attributes, variety seeking, and prices on brand switching. The population in this study were Oppo smartphone users in Ciganjur, Jagakarsa. The sample size was taken as many as 75 respondents, with a non probability sampling method with a purposive sampling method. Data collection is done through the distribution of questionnaires. The analysis technique used is the method of PLS (Partial Least Square) analysis with SmartPLS 3.2.7 software. The results of this study indicate that (1) Product attributes have a positive and significant influence on brand switching. (2) variety seeking has no influence and is not significant to brand switching (3) Price has a positive and significant influence on brand switching. Of the three independent variables namely product attributes, looking for variations and prices that provide the largest contribution is the product attribute variable.

Keywords: Product Attributes, Variety Seeking, Price, and Brand Switching

**ANALISIS PERPINDAHAN MEREK
(STUDI KASUS PENGGUNA *SMARTPHONE* OPPO
DI CIGANJUR, JAGAKARSA)**

Oleh Endah Mahayu Putri

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk, harga, dan mencari variasi terhadap perpindahan merek. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Oppo di Ciganjur, Jagakarta. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode sampel *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan *software SmartPLS 3.2.7*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Atribut Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan merek. (2) Mencari Variasi tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap perpindahan merek (3) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan merek. Dari ketiga variabel independen yaitu atribut produk, mencari variasi dan harga yang memberikan kontribusi terbesar adalah variabel atribut produk.

Kata Kunci : Atribut Produk, Mencari Variasi, Harga, dan Perpindahan Merek