

***Analysis The Behavior of Smartphone Brand Switching
(Study On Samsung Users in Pisangan, Eastern Ciputat)***

By

Sri Lestari

Abstract

This study aims to determine the effect of product attributes, prices and advertising on the behavior of smartphone brand switching. The population in this study was on Samsung users in Pisangan, East Ciputat. The sample size was taken as many as 75 respondents. The sampling technique used in this research is non probability sampling especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaires. The analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that product attributes (X1) have a significant positive effect on brand switching behavior, Price (X2) has a significant negative effect on brand switching behavior and Advertising (X3) has a significant positive effect on brand switching behavior.

Keywords : Product attributes, Price, Advertising, brand switching behavior.

Analisis Perilaku Perpindahan Merek *Smartphone* (Studi Pada Pengguna Samsung di Pisangan, Ciputat Timur)

Oleh

Sri Lestari

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk, harga dan iklan terhadap perilaku perpindahan merek *smartphone*. Populasi dalam penelitian ini adalah pada pengguna Samsung di Pisangan, Ciputat Timur. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Atribut produk (X_1) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku perpindahan merek, Harga (X_2) memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku perpindahan merek dan Iklan (X_3) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku perpindahan merek.

Kata Kunci: Atribut Produk, Harga, Iklan, dan Perilaku Perpindahan Merek.