

BRAND SWITCHING OF XL AXIATA'S SIM CARD TO ANOTHER BRAND IN DEPOK CITY

MADE SATRIA HENDITA

Abstract

This research aims to know the influence of advertisement, price, product quality to brand switching. Population in this research is people of district of Pancoran Mas, Depok. The sample size was taken by 75 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaires. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that (1) advertisement has a significant positive effect on brand switching with the coefficient of the value of 0,211. (2) Price has significant positive effect on brand switching with coefficient value of 0,367. (3) Product Quality has a significant positive effect on buying interest with coefficient value of 0,222.

Keywords: Advertising, Price, Product Quality and Brand Switching.

PERPINDAHAN MEREK KARTU SELULER XL AXIATA PADA MEREK LAIN DI KOTA DEPOK

MADE SATRIA HENDITA

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Iklan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Perpindahan Merek. Populasi dalam penelitian ini adalah warga di Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Iklan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Perpindahan Merek dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,211. (2) Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Perpindahan Merek dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,367. (3) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Perpindahan Merek dengan nilai koefisien sebesar 0,222.

Kata kunci: Iklan, Harga, Kualitas Produk dan Perpindahan Merek.