

ABSTRAK

ANALISIS PERILAKU *BRAND SWITCHING* PADA PRODUK HANDPHONE DI KOTA YOGYAKARTA

Nelly Indrawati
141090277

Penelitian empiris ini dimaksudkan : 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara serempak *price, inconvenience, attraction by competitors, ethical problem*, dan *involuntary switching* terhadap *brand switching* pada produk handphone di Kota Yogyakarta; dan 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial *price, inconvenience, attraction by competitors, ethical problem*, dan *involuntary switching* terhadap *brand switching* pada produk handphone di Kota Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian survey yang mana informasinya dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan mengambil sampel dari suatu populasi dengan populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna handphone yang telah berpindah merek handphone di Kota Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan dengan suatu pertimbangan tertentu dengan cara menentukan terlebih dahulu kriteria responden. Sebanyak 100 kuesioner dibagikan kepada responden terpilih dan digunakan sebagai analisis statistik.

Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen ini meliputi : *price, inconvenience, attraction by competitors, ethical problem*, dan *involuntary switching*, sedangkan variabel dependennya adalah *brand switching*. Sebelum penelitian dilakukan pengujian instrumen yaitu pengujian validitas dan reliabilitas terhadap item-item variabel penelitian. Hasil pengujian validitas diperoleh nilai r_{hitung} dari semua item variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari nilai 0,05. Sehingga kuesioner dari variabel-variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, begitu pula pada pengujian reliabilitas menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari nilai 0,6, sehingga item-item tersebut sah sebagai instrument penelitian.

Hasil analisis dengan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa : (1) Variabel harga, kondisi ketidakenakan, daya tarik pesaing, masalah etika dan perpindahan tanpa sengaja secara serempak berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek; dan (2) Variabel harga, kondisi ketidakenakan, daya tarik pesaing, masalah etika dan perpindahan tanpa sengaja secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perpindahan merek pada handphone di Kota Yogyakarta.

Kata kunci : *price, inconvenience, attraction by competitors, ethical problem, involuntary switching, brand switching*