

## ABSTRAK

Devi Mulyani, Nomor Mahasiswa 152150054, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Product Quality dan Brand Image Terhadap Brand Switching serta Brand Loyalty” (Studi pada Siswa-Siswi Jurusan Teknik Pemesinan, SMK Negeri 2 Depok, Sleman, Yogyakarta yang pernah melakukan perpindahan merek smartphone lain ke merek Xiaomi) 2019. Dosen Pembimbing I Dr. Eny Endah Pujiastuti, M.Si dan Dosen Pembimbing II Suratna, M.AB.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Product Quality* dan *Brand Image* terhadap *Brand Switching* serta *Brand Loyalty* Studi pada Siswa-Siswi Jurusan Teknik Pemesinan, SMK Negeri 2 Depok, Sleman, Yogyakarta yang pernah melakukan perpindahan merek smartphone lain ke merek Xiaomi. penelitian ini menggunakan tipe *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Ukuran sampel pada penelitian ini 106 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah probability sampling. Teknik analisis data deskriptif dan analisis statistik inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Switching* dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Ada pengaruh signifikan dari variabel *Brand Image* terhadap *Brand Swicthing* dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Ada pengaruh signifikan *Product Quality* terhadap *Brand Loyalty* dengan nilai sig  $0,044 < 0,05$ . Ada pengaruh signifikan *Brand Image* terhadap *Brand Loyalty* dengan nilai sig  $0,032 < 0,05$ . Ada pengaruh signifikan *Brand Switching* terhadap *Brand Loyalty* dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Ada pengaruh tidak langsung antara *product quality* dan *brand image* terhadap *brand loyalty* melalui *brand switching*.

Berdasarkan hasil penelitian, Xiaomi Inc disarankan untuk terus melakukan inovasi produk dan membuat lini produk yang lebih beragam. Xiaomi Inc juga harus meningkatkan kualitas produk, menciptakan citra merek yang baik dan pelayanan yang optimal karena pelanggan akan tertarik untuk membeli dan menggunakan merek Xiaomi. Xiaomi dalam menarik pelanggan untuk berpindah ke merek Xiaomi, dapat memberikan konsumen diskon, promosi, dan event menarik. Xiaomi Inc harus mempertahankan dan meningkatkan strategi pemasaran dari aspek-aspek yang menyebabkan loyalitas pelanggan, hubungan yang positif dan peningkatan yang dilakukan Xiaomi akan membuat konsumen memiliki rasa loyal terhadap merek Xiaomi.

Kata Kunci: *Product Quality, Brand Image, Brand Switching, Brand Loyalty.*