

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN *BRAND SWITCHING* PADA KONSUMEN PRODUK PANTENE DI KELURAHAN TUAH KARYA

DWI ANGGITA ARNANDA SARI

NIM. 11471205136

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap keputusan *Brand Switching* pada konsumen produk Pantene di Kelurahan Tuah Karya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linear berganda dan data tersebut dianalisis dengan menggunakan program SPSS. Hasil dari penelitian yang dilakukan didapatkan persamaan regresi linier berganda $Y = 1.604 + 0.325X_1 + 0.233X_2 + 0.379X_3 + e$. Berdasarkan hasil analisis terbukti bahwa secara simultan variabel kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh terhadap keputusan *Brand Switching* karena $F\text{-hitung} (260.907) > F\text{-tabel} (2.70)$ dengan $\text{Sig. } 0.000 < 0.05$. Secara parsial bahwa masing-masing keseluruhan variabel bebas berpengaruh terhadap keputusan *Brand Switching*. Nilai R Square berarti variabel kualitas produk, harga, dan iklan mampu menjelaskan variabel keputusan *Brand Switching* pada produk Pantene di Kelurahan Tuah Karya sebesar 89.1%, sedangkan sisanya 10.9% dipengaruhi sebab-sebab lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Keputusan Brand Switching, Kualitas Produk, Harga, dan Iklan.

UIN SUSKA RIAU