

## ABSTRAK

### ***Faktor-faktor yang Mempengaruhi Brand Switching Penggunaan Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)***

**HARDIANSYAH**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, sales promotion, kualitas produk, dan variety seeking terhadap keputusan perpindahan penggunaan merek smartphone Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 orang responden. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan analisis linear berganda. Dari penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda  $Y = -3,701 + -0,294X1 + 0,407X2 + 0,326X3 + 0,504X4$ . Berdasarkan uji parsial variable harga tidak memiliki pengaruh positif dan selebihnya variable sales promotion, kualitas produk, dan variety seeking memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan perpindahan merek smartphne Samsung. Dan berdasarkan uji simultan variable harga, sales promotion, kualitas produk, dan variety seeking memiliki pengaruh secarasimultan terhadap keputusan perpindahan penggunaan merek smartphone Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selanjutnya, besar pengaruh variabel independent (harga, sales promotion, kualitas produk, dan variety seeking) terhadap variabel dependent (keputusan perpindahan merek) adalah sebesar 76,2%

**Kata Kunci : Harga, Sales Promotion, Kualitas Produk, Variety Seeking, dan Brand Switching**

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang 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. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.