ABSTRAK

IMPLIKASI HARGA PRODUK, KETIDAKPUASAAN KONSUMEN, IKLAN PRODUK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK MOBIL.

Oleh

ANDREAS WILLIAM MANIK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga produk, ketidakpuasaan konsumen, iklan produk, dan kepercayaan konsumen dalam keputusan perpindahan merek mobil. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen mobil di wilayah kota Bandar Lampung yang sudah pernah melakukan perpindahan merek mobil. Analisis data penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda dengan alat uji SPSS 16. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga produk (X1), ketidakpuasaan konsumen (X2), iklan produk (X3), dan kepercayaan konsumen (X4) berpengaruh dalam keputusan perpindahan merek mobil (Y). Hasil uji F menunjukkan secara simultan harga produk, ketidakpuasaan konsumen, iklan produk, dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan perpindahan merek mobil.

Kata Kunci: harga produk, ketidakpuasaan konsumen, iklan produk, kepercayaan konsumen, dan perpindahan merek.