

## **ABSTRACT**

### ***INFLUENCE OF CUSTOMER SATISFACTION, QUALITY PRODUCTS, AND SEARCHING VARIATIONS TO BRAND SWITCHING ON HAND AND BODY LOTION***

*(Study on Consumer Hand And Body Lotion At University of Lampung)*

By

**RIANA MAHARANI**

*The purpose of this study is to determine the effect of consumer satisfaction, product quality, and variation search on the decision of brand switching on hand and body lotion. Brand switching is the buying behavior of a product with a brand different from the favorite brand that consumers buy. This type of research in this study using kind of empirical research studies. The number of samples used in this study is 96 respondents people of Lampung University Student. This research tool uses multiple linear regression technique assisted with SPSS 21.0 program. The result of this research is partially no significant influence between customer satisfaction on brand movement. Furthermore there is a partially significant influence between product quality and variation search for brand switching. Meanwhile simultaneously, there is significant effect between customer satisfaction, quality products, and searching variations to brand switching.*

***Keywords: Brand Switching, Consumer Satisfaction, Product Quality, and Variation Search.***

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK, DAN PENCARIAN VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK *HAND AND BODY LOTION***

(Studi Pada Konsumen *Hand And Body Lotion* Di Universitas Lampung)

Oleh

**RIANA MAHARANI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen, kualitas produk, dan pencarian variasi terhadap keputusan perpindahan merek pada *hand and body lotion*. Perpindahan merek adalah perilaku pembelian suatu produk dengan sebuah merek yang berbeda dari merek yang biasa dibeli oleh konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatif. Jumlah sampel yang digunakan didalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang responden mahasiswa Universitas Lampung. Alat penelitian ini menggunakan teknik regresi linear berganda dibantu dengan program SPSS 21.0. Hasil penelitian ini secara parsial terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara kepuasan konsumen terhadap perpindahan merek. Selanjutnya kualitas produk dan pencarian variasi memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap perpindahan merek. Sementara secara simultan, terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen, kualitas produk dan pencarian variasi terhadap perpindahan merek.

**Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Pencarian Variasi dan  
Perpindahan Merek.**