

ABSTRAK

Implikasi Pengetahuan Produk, Tingkat Kepuasan dan Preferensi Pembelian Terhadap *Brand Switching* Pada Produk *Smartphone* Samsung Galaxy Series A di Bandar Lampung

Oleh

Marudut Jaya Sihaloho

Sebagai pengguna *smartphone* di Bandar Lampung mengambil keputusan untuk berpindah merek *smartphone* ke *Samsung Galaxy series A*. Penelitian ini menggunakan *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini menggunakan *purposive sampling* pada masyarakat yang menggunakan *smartphone Samsung Galaxy series A* di Bandar Lampung. Metode yang digunakan penelitian ini adalah *margin of error* untuk mencari responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada uji T (parsial) variabel pengetahuan produk dan preferensi pembelian berpengaruh signifikan terhadap *brand switching* dan variabel tingkat kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand switching*, secara pengujian uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel implikasi pengetahuan produk, tingkat kepuasan dan preferensi pembelian berpengaruh signifikan terhadap *brand switching*.

Kata Kunci: Implikasi Pengetahuan Produk, Tingkat Kepuasan, Preferensi Pembelian dan *Brand Switching*

ABSTRACT

Implications of Product Knowledge, Satisfaction Levels and Purchase Preferences on Brand Switching on Samsung Galaxy Series A Smartphone Products in Bandar Lampung

By

Marudut Jaya Sihaloho

As smartphone users in Bandar Lampung, they decided to switch smartphone brands to Samsung Galaxy series A. This study used explanatory research with a quantitative approach. The population of this study used purposive sampling on people who use Samsung Galaxy series A smartphones in Bandar Lampung. The method used in this study is the margin of error to find respondents. The results of this study indicate that in the T test (partial) the variable product knowledge and purchasing preferences have a significant effect on brand switching and the level of satisfaction variable has no significant effect on brand switching. purchasing preferences have a significant effect on brand switching.

Keywords: Implication of Product Knowledge, Satisfaction Level, Purchase Preference and Brand Switching