

## **ABSTRAK**

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERALIHAN MEREK PADA PENGGUNA KARTU TELEPON GENGAM DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Imam Holy Saputra**

Peralihan merek adalah saat dimana seorang pelanggan atau sekelompok pelanggan berpindah kesetiaan dari satu merek sebuah produk tertentu ke merek produk lainnya. Isu mengenai peralihan merek mulai berkembang seiring dengan situasi persaingan bisnis yang semakin ketat sehingga menyebabkan kebutuhan konsumen tidak lagi terbatas pada fungsi utama yang bisa diberikan pada suatu produk, tetapi berkembang menjadi kebutuhan sekunder yaitu keinginan pada suatu merek.

Masalah dalam penelitian ini adalah tingkat peralihan merek yang merupakan salah satu indikator rendahnya loyalitas pelanggan *SIM Card* saat ini dan sulitnya para operator seluler dalam mempertahankan dan meningkatkan pasar. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : apakah atribut produk, harga, promosi, dan distribusi produk yang mempengaruhi peralihan merek telepon genggam Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah atribut produk, harga, promosi, dan distribusi produk yang mempengaruhi peralihan merek telepon

genggam. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah : Ada pengaruh atribut produk, harga, promosi, dan distribusi produk yang mempengaruhi peralihan merek telepon genggam.

Berdasarkan hasil pembahasan hasil statistik melalui regresi linear berganda membuktikan faktor atribut produk (X1), faktor harga (X2) dan faktor promosi (X3) serta factor distribusi berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap peralihan merek pengguna kartu telepon genggam.

Faktor atribut produk (X1), faktor harga (X2) dan faktor promosi (X3) serta factor distribusi berpengaruh secara simultan terhadap peralihan merek pengguna kartu telepon genggam sebesar 38,50 % dan sisanya sebesar 61,50% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diidentifikasi dalam penelitian ini.

Hasil analisis kuantitatif membuktikan bahwa faktor distribusi merupakan pengaruh dominan bagi konsumen dalam membuat keputusan untuk beralih menggunakan kartu telepon genggam, hal tersebut berdasarkan nilai  $\beta$  sebesar 0,0,291 diikuti masing-masing faktor harga (X2=0,250), promosi (X3= 02,220), dan atribut produk (X1= 0,207) didalam Peralihan Merek Kartu Telepon Genggam.