

ABSTRACT

Utari, The Influence of Product Attributes on Brand Switching Decisions Toward Nokia Handphone (Study on The Students University of Trunojoyo Madura). Advisor Fathor AS, SE., MM and Nirma Kurriwati SP., M, Si.

A lot of brand that are offered by cell phone producers caused the consumers don't loyal and relying on just one brand handphone. The producers who cannot fulfill the needs and advocacy of consumers will have no impact to decreasing of consumer loyalty that caused brand switching behavior of a brand that consumers have done.

The purpose of this research is to determine the influence product attributes of quality, feature, and design on brand switching decision from Nokia handphone to other handphone on The Students University of Trunojoyo Madura.

This research uses quantitative approach. The sample taking method by using purposive sampling method with 97 respondents. The data analyzed used in this study are validity test, reliability test, normality test, multikolonearity test, heteroskedastisity test, multiple linier regrestion, determination coefficient, t-test, and F test.

The results of this research showed that product attributes of quality, features, and design are partially and simultaneously on brand switching decision from Nokia handphone to other handphone on The Students University of Trunojoyo Madura. Quality has the dominant influence on brand switching desicion from Nokia handphone to other handphone.

Keyword : quality, feature, design, and brand switching.

ABSTRAK

Utari, Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek *Handphone* Nokia (Studi pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura).
Dibawah bimbingan Fathor AS, SE., MM dan Nirma Kurriwati, SP., Msi.

Banyaknya merek yang ditawarkan produsen *handphone*, menyebabkan konsumen tidak lagi loyal dan ketergantungan terhadap satu merk *handphone* saja. Produsen yang tidak mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan berdampak pada menurunnya tingkat loyalitas konsumen yang menyebabkan adanya perilaku perpindahan merek yang dilakukan konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atribut produk yang terdiri dari kualitas, fitur, dan desain berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek dari *handphone* merek Nokia ke *handphone* merek lain pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebesar 97 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolonearitas, uji heteroskedastisitas, regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, Uji F, dan Uji T.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut produk yang terdiri dari kualitas, fitur, dan desain berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan perpindahan merek dari *handphone* merek Nokia ke *handphone* merek lain pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Kualitas merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan perpindahan merek dari *handphone* merek Nokia ke *handphone* merek lain.

Kata kunci : kualitas, fitur, desain, dan keputusan perpindahan merek