

ABSTRAK

PENGARUH FITUR PRODUK DAN HARGA TERHADAP *BRAND SWITCHING* PADA *SMARTPHONE* SAMSUNG BANDAR LAMPUNG

Oleh

SAMUEL PANJAITAN

Permasalahan dalam penelitian ini adalah adanya konsumen yang melakukan *brand switching* dari produk Samsung ke *smartphone* yang lainnya hal ini tentunya akan menimbulkan ketidakloyalan konsumen terhadap produk Samsung tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fitur produk terhadap *brand switching*, harga terhadap *brand switching* serta pengaruh fitur produk dan harga terhadap *brand switching*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah memakai produk Samsung di Bandar Lampung sepanjang tahun 2020 yang berjumlah 3.550 konsumen. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang teknik penentuan jumlah sampelnya menggunakan Slovin, sehingga sampel yang didapat dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, Uji t dan Uji F. Hasil penelitian ini secara parsial bahwa fitur produk berpengaruh terhadap *brand switching* dan harga berpengaruh terhadap *brand switching* serta secara simultan fitur produk dan harga berpengaruh terhadap *brand switching*. Adapun saran yang diberikan dalam penelitian ini hendaknya Samsung lebih memperbaiki kualitas pada fitur produknya dan lebih berinovasi serta menerapkan harga yang mampu bersaing di pasar agar konsumen tidak beralih pada merek tertentu.

Kata Kunci: Fitur Produk, Harga, *Brand Switching*