

ABSTRAK

Reni Anggraeni (2014/14053038) : Pengaruh *Endorser*, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Peralihan Merek (*Brand Switching*) Bedak Padat Maybelline Di Kota Padang

Pembimbing: 1. Dr. Susi Evanita, M.S

2. Rani Sofya, S.Pd, M.Pd

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh *endorser* terhadap perilaku peralihan merek (*brand switching*) bedak padat Maybelline di Kota Padang, (2)) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap perilaku peralihan merek (*brand switching*) bedak padat Maybelline di Kota Padang dan (3) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap perilaku peralihan merek (*brand switching*) bedak padat Maybelline di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Padang berjenis kelamin perempuan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* Dimana penulis menetapkan beberapa karakteristik/ ciri-ciri tertentu. Dimana ciri-ciri tersebut ialah seluruh masyarakat Kota Padang berusia 17-35 tahun dengan asumsi sebagai pengguna potensial produk kosmetik dan pernah menggunakan bedak padat Maybelline, namun pada saat ini sudah tidak lagi menggunakan bedak merek Maybelline. Ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dengan menggunakan Uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan (1) adanya pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel *endorser* terhadap perilaku peralihan merek (*brand switching*) bedak padat Maybelline di Kota Padang. (2) Tidak ada pengaruh antara variabel harga terhadap perilaku peralihan merek (*brand switching*) bedak padat Maybelline di Kota Padang. (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap perilaku peralihan merek (*brand switching*) bedak padat Maybelline di Kota Padang.

Kata Kunci: *Brand Switching*, *Endorser*, Harga dan Kualitas Produk