

ABSTRAK

Pengaruh Harga, Iklan Pesaing Dan *Word Of Mouth* Terhadap Perpindahan Merek (*Brand Swicthing*) Lipstik Wardah Ke Merek Lain Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Oleh: Widya Siska

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: Pengaruh harga, iklan pesaing dan *word of mouth* terhadap perpindahan merek (*brand swicthing*) lipstik Wardah ke merek lain pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kausatif. Guna menggambarkan dan menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, jumlah sampel dalam penelitian ini 100 responden. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jenis sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan induktif melalui analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 16.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) harga berpengaruh positif terhadap perpindahan merek lipstik Wardah ke merek lain pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. (2) iklan pesaing berpengaruh positif terhadap perpindahan merek lipstik Wardah ke merek lain pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. (3) *word of mouth* berpengaruh positif terhadap perpindahan merek lipstik Wardah ke merek lain pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.