

ABSTRAK

DWI FITRIAN ARMAZURA, 1208983/2012. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Brand Switching* Laptop Merek Axioo Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang

Pembimbing: 1. Dr. Susi Evanita, MS
2. Abel Tasman, SE, MM

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap *Brand Switching* laptop merek Axioo Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diteliti, yakni variabel bebas terdiri dari kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan (X) dan variabel terikat yaitu *Brand Switching* (Y). Jenis penelitian ini digolongkan ke dalam jenis penelitian kausatif (*causative*). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang dulunya pernah menggunakan laptop merek axioo di Universitas Negeri Padang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel berdasarkan teknik *purposive sampling*, maka diperoleh 97 sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan penyebaran kuesioner kepada responden yang terpilih. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Untuk pengujian hipotesis digunakan uji t statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Produk berpengaruh negatif signifikan terhadap *Brand Switching*. 2) Harga berpengaruh positif signifikan terhadap *Brand Switching* dan 3) Kualitas pelayanan (X3) berpengaruh negatif signifikan terhadap *Brand Switching* laptop merek Axioo pada mahasiswa di Universitas Negeri Padang pada tahun. Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyarankan kepada PT. Axioo diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk laptop merek Axioo dengan harga yang kompetitif sehingga dapat meningkatkan minat pembeli terhadap laptop axioo sehingga tidak terjadi perpindahan merek (*Brand Switching*) dari produk laptop merek Axioo pada pembeli.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price and service quality on Brand Switching Axioo brand laptops at Universitas Negeri Padang Students. In this study there are two variables studied, namely free variables consisting of product quality, price and service quality (X) and the dependent variable is Brand Switching (Y).

This type of research is classified into the type of causative research. The population in this study were all students who used to use the Axioo brand laptop at Universitas Negeri Padang. The research was conducted using a sampling technique based on purposive sampling technique, then 97 samples were obtained. The data used in this study are primary data using questionnaires to selected respondents. The analysis technique used is simple linear regression analysis. For testing the hypothesis used the statistical t test. This study aims to analyze and prove: (1) the influence of product quality on the brand switching Axioo brand laptop (2) the effect of prices on the brand switching Axioo brand laptop (3) the influence of services on the brand switching Axioo brand laptop. This type of research is causative research. The population in this study were students from Universitas Negeri Padang who used Axioo brand laptops. The total sample of this study was 97 people who were taken using a purposive sampling method because the unknown population used a questionnaire. The results of this study indicate that (1) Product quality has a negative and significant effect on the brand switching Axioo brand laptop. (2) Price has a positive and significant effect on Axioo Brand Switching laptops (3) Service Quality has a negative and not significant effect on the Brand Switching laptop brand.

Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, and Brand Switching