ABSTRAK

Faktor-Faktor Yang Menentukan *Brand Switching* Handphone Nokia Dikalangan Masyarakat Kecamatan Koto Tangah.

Randa Mulanda (2009/13546)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan keputusan konsumen melakukan perpindahan merek *(brand switching)* dari handphone Nokia di kalangan masyarakat kecamatan Koto Tangah. Jenis penelitian ini adalah analisis faktor *confirmatory* (CFA). Jenis penelitian ini digunakan untuk menguji undimensional, validitas dan reliabilitas model pengukuran konstruk yang tidak dapat diukur langsung.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kecamatan Koto Tangah yang pernah menggunakan handphone Nokia dan pernah melakukan perpindahan merek dari handphone Nokia. Sampel penelitian ini diambil berjumlah 130 orang dengan teknik pengambilan secara *accidental sampling*. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada responden, sedangkan data sekunder berupa buku, majalah, jurnal, dan sumber lain yang relevan dan dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian. Teknik analisis data yang dipakai adalah analisis deskriptif dan analisis faktor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tujuh faktor yang menjadi pertimbangan masyarakat di kecamatan Koto Tangah untuk melakukan perpindahan merek dari handphone Nokia, yaitu faktor *variety seeking*, faktor daya tarik pesaing, faktor *reference group*, faktor inovasi, faktor kualitas, faktor *prior experience*, dan faktor teknologi.