

ABSTRAK

Ridha Saputri (16053116/2016) : Pengaruh Harga dan *Brand Trust* Terhadap Perilaku Peralihan Merek (*Brand Switching*) Lipstik Revlon Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Pembimbing : Annur Fitri Hayati, S.Pd, M.Pd

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan brand trust terhadap perilaku peralihan merek (*brand switching*) lipstik Revlon pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Jumlah sampel penelitian berdasarkan rumus William Cochran sebanyak 100 orang dan dipilih dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Data yang digunakan adalah jenis data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Harga berpengaruh signifikan terhadap *brand Switching* lipstik Revlon ke lipstik merek lain, (2) *Brand trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand switching* lipstik Revlon ke lipstik merek lain, (3) harga berpengaruh signifikan terhadap *brand Switching* lipstik Revlon ke lipstik merek lain sedangkan *brand trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand switching* lipstik Revlon ke lipstik merek lain

Kata Kunci:Harga, *Brand Trust*, *Brand Switching*