

ABSTRAK

Analisis Faktor-Faktor Penentu Peralihan Merek (*Brand Switching*) Pengguna Kartu As Telkomsel Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Oleh : Fontana Ganto Sari Faizal/2012

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi penentu peralihan merek (*brand switching*) kartu As Telkomsel pada mahasiswa di Universitas Negeri Padang. Bentuk penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian eksploratif. Dengan populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Padang yang kemungkinan melakukan peralihan merek (*brand switching*) dari kartu As. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Pengambilan data primer dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Sedangkan pengambilan data sekunder dilakukan dengan dokumentasi kepustakaan. Untuk menganalisis data dilaksanakan dengan cara yaitu: (1) analisis deskriptif, (2) analisis faktor.

Hasil analisis terhadap faktor-faktor penentu peralihan merek (*brand switching*) kartu As Telkomsel membentuk 9 faktor, yaitu faktor harga dan bonus, faktor layanan dan distribusi, faktor promosi, faktor kelompok acuan, faktor atribut produk, faktor sikap dan pengetahuan, faktor motivasi dan keyakinan, faktor kualitas produk, dan terakhir faktor tampilan produk.

Faktor internal yang paling menentukan dalam peralihan merek (*brand switching*) kartu As Telkomsel bagi mahasiswa Universitas Negeri Padang adalah faktor kelompok acuan. Faktor eksternal yang paling menentukan mahasiswa beralih merek (*brand switching*) kartu As Telkomsel di Universitas Negeri Padang adalah faktor harga dan bonus. Untuk itu produsen atau perusahaan Telkomsel harus mampu memberikan harga yang terjangkau dan berbagai macam bonus dari produknya, agar konsumen tidak beralih merek (*brand switching*) dari kartu As Telkomsel. Faktor yang paling rendah yaitu faktor tampilan produk, di mana faktor tampilan produk tidak menjadi hal yang penting dalam beralih merek (*brand switching*) kartu As.