

ABSTRACT

BRAND SWITCHING THAT INFLUENCE BY PRICE AND PRODUCT QUALITY WITH BRAND IMAGE AS A MEDIATION (Research on Switching Smartphone Brands to Chhinese Brand in Tasikmalaya City)

By:
FARIZ ADITYA
183402117

Under the Guidance of:
R. Lucky Rinandiyana
Adhitya Rahmat Taufiq

This research is based on the phenomenon of many shift from the market share of smartphone sales in Indonesia, which was from a non Chinesse brand that was first rank, now the top three position are dominated by smartphone from Chinesse. The purpose of this study was to analyze the effect of price and product quality on brand switching mediated by brand image. This research was designed as a type of survey method by distributing questionnaires to 202 respondents who were people in the Tasikmalaya city who switched smartphone brands from both Chinesse brand to Chinesse brand or from non Chinesse brand to Chinesse brand. The technique sampling use is Non Probability Sampling. The tool analysis used is SEM. The results of the analysis show that price and product quality affect brand image, and brand image affects brand switching. That's means the better price and product quality, the brand image will be better, and the better brand image, will attract brand switching from other product.

Keyword: Price, Product Quality, Brand Image, Brand Switching

ABSTRAK

PERPINDAHAN MEREK YANG DIPENGARUHI HARGA DAN KUALITAS PRODUK DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI PEMEDIASI (Penelitian Perpindahan Merek *Smartphone* ke Merek China di Kota Tasikmalaya)

**Oleh:
FARIZ ADITYA
183402117**

**Dibawah Bimbingan:
R. Lucky Rinandiyana
Adhitya Rahmat Taufiq**

Penelitian ini didasari adanya fenomena banyak pergeseran dari *market share* penjualan *smartphone* di Indonesia, yang awalnya merek non China yang menduduki peringkat pertama sekarang posisi 3 teratas dikuasai oleh *smartphone* asal China. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap perpindahan merek dengan dimediasi oleh citra merek. Penelitian ini dirancang sebagai jenis survey method dengan dilakukan penyebaran kuesioner terhadap 202 responden yang merupakan masyarakat yang ada di Kota Tasikmalaya yang melakukan perpindahan merek *smartphone* baik dari merek China ke merek China ataupun dari merek non China ke merek China. Teknik sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu SEM. Hasil analisis menunjukkan harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek dan citra merek berpengaruh terhadap perpindahan merek. Artinya semakin baik harga dan kualitas produk maka akan semakin baik citra mereknya, dan semakin baik citra merek akan menarik perpindahan merek dari produk yang lain.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Perpindahan Merek