

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, KEBUTUHAN MENCARI VARIASI,
KETIDAKPUASAN DAN *REFERENCE GROUP* TERHADAP KEPUTUSAN
PERPINDAHAN MEREK *SMARTPHONE* (Survey Pada Pelajar SMA
Muhammadiyah 2 Surakarta)**

**ISMAIL MARZUKI
17130181**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut produk, kebutuhan mencari variasi, ketidakpuasan dan *reference group* terhadap keputusan perpindahan merek *smartphone*. Objek dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* pada kalangan pelajar SMA Muhammadiyah 2 Surakarta tahun pelajaran 2020-2021. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan pertimbangan pengguna *smartphone* yang pernah melakukan perpindahan merek. Sampel penelitian sejumlah 155 responden yang dihitung menggunakan rumus *Slovin*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang didasarkan pada kriteria skala *Likert*. Analisis data melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan uji-t, uji-F dan koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan SPSS versi 15.

Hasil penelitian ditemukan bahwa secara simultan atribut produk, kebutuhan mencari variasi, ketidakpuasan dan *reference group* berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek *smartphone*. Sedangkan secara parsial atribut produk, ketidakpuasan dan *reference group* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perpindahan merek *smartphone* dan kebutuhan mencari variasi tidak berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek *smartphone*.

Kata kunci : *atribut produk, kebutuhan mencari variasi, ketidakpuasan, reference group, keputusan perpindahan merek*