

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap perpindahan merek pada kartu Tri di Kota Langsa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan analisis koefisien determinasi. Persamaan regresi yang diperoleh yaitu $PM = 2,149 + 0,293 KP + 0,242 I$. Konstanta sebesar 2,149 adalah nilai perpindahan merek apabila kualitas produk dan iklan tidak berubah (tetap). Koefisien regresi variabel kualitas produk dan iklan menunjukkan pengaruh positif terhadap perpindahan merek. Dari uji t diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek, dan iklan berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek pada kartu Tri di Kota Langsa. Dari uji F diketahui bahwa kualitas produk dan iklan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek pada kartu Tri di Kota Langsa. Dari analisis koefisien determinasi diketahui bahwa kualitas produk dan iklan mempengaruhi perpindahan merek pada kartu Tri di Kota Langsa sebesar 13,7%, sedangkan sisanya 86,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.