

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor harga, kualitas produk dan promosi terhadap *Brand Switching* pada konsumen *Smartphone* Samsung yang berpindah ke merek lain. Penelitian ini menggunakan harga, kualitas produk dan promosi sebagai variabel independen dan *Brand Switching* sebagai variabel dependen.

Sampel dalam penelitian ini merupakan pengguna *Smartphone* Samsung yang pada saat ini beralih menggunakan *Smartphone* merek lain yang berdomisili di Jakarta yang berjumlah 97 orang. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang telah diolah dan dianalisis menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Switching*. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan pada pengaruh kualitas produk terhadap *Brand Switching*. Kemudian, untuk promosi ditemukan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Brand Switching*.

Kata kunci : *harga, kualitas produk, promosi, Brand Switching*