

## ABSTRAK

Kompetisi dalam penjualan notebook antar beda merek khususnya di Indonesia terbilang sangat ketat salah satu contohnya adalah penjualan notebook Acer, yang tergolong memiliki tingkat penjualan yang tinggi dari tahun ke tahun hal ini terjadi dikarenakan salah satu masalah dari imbasnya penurunan penjualan notebook Toshiba yang terus terjadi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh iklan, kualitas pelayanan, persepsi harga, dan ketidakpuasan sebagai variabel independen terhadap keputusan beralih merek sebagai variabel dependen.

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pembeli dan pengguna notebook Acer di kota Semarang yang berjumlah 100 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 20.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel iklan, kualitas pelayanan, persepsi harga dan ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan beralih merek.

Kata kunci : Iklan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Ketidakpuasan Konsumen, Keputusan pembelian