

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena terjadinya perilaku perpindahan merek pada pembersih wajah merek Pond's. Dengan adanya penurunan citra merek pada produk tersebut, hal tersebut dapat menjadi salah satu pemicu terjadi penurunan kepuasan konsumen yang berimbas pada perilaku perpindahan merek pada produk pembersih wajah pond's ke merek lain.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk terhadap perilaku perpindahan merek melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen pembersih wajah Pond's di Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan pembersih wajah Pond's dan telah beralih ke merek lain atau melakukan perpindahan merek ke produk pembersih wajah lainnya yang berdomisili di kota Semarang. Adapun sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang terlebih dahulu diuji dengan validitas dan reliabilitas.

Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2) secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan konsumen (Y1) dengan hasil analisis linier berganda yaitu $Y1 = 0,420X1 + 0,389X2$. Dengan citra merek merupakan variabel yang paling berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen diikuti oleh kualitas produk. Kedua variabel ini berpengaruh sebesar 34,6% terhadap kepuasan konsumen sedangkan sisanya 65,4% dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Serta variabel kepuasan konsumen (Y1) berpengaruh negatif terhadap perilaku perpindahan konsumen (Y2) dengan hasil analisis linier berganda yaitu $Y2 = -0,406Y1$. Variabel ini berpengaruh sebesar 15,6% terhadap perilaku perpindahan merek sedangkan sisanya 84,4% dapat dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Citra merek, kualitas produk, kepuasan konsumen, perilaku perpindahan merek