

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penurunan penjualan, market share dan TOM Brand Blackberry selama 2 (Dua) tahun berturut-turut yang mengindikasikan terjadinya fenomena beralihnya pengguna smartphone Blackberry ke Samsung. Berdasarkan data yang diperoleh, saat ini pangsa pasar smartphone dikuasai oleh produk android, Hal tersebut dapat menjadi salah satu indikasi bahwa terjadi perpindahan merek pada BlackBerry ke merek lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Atribut Produk, kualitas produk, Kebutuhan Mencari Variasi, dan *Popularity* terhadap Peralihan merek pada *Ex* pengguna Smartphone merek BlackBerry di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah menggunakan produk BlackBerry dan telah beralih ke merek Samsung. Adapun sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan analisis regresi: $Y = 0.206 X_1 + 0.208 X_2 + 0.288 X_3 + 0.278 X_4$. Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa variabel Atribut produk (X_1), Kualitas produk (X_2), Kebutuhan mencari variasi (X_3) dan *popularity* (X_4) berpengaruh positif terhadap peralihan merek (Y). Kebutuhan mencari variasi merupakan variabel yang pengaruhnya paling besar terhadap peralihan merek sebesar 0.288. Hasil analisis dengan menggunakan uji T menunjukkan bahwa atribut produk, kualitas produk, kebutuhan mencari variasi dan *popularity* secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peralihan merek. Berdasarkan uji koefisien determinasi Keempat variabel ini berpengaruh sebesar 57,9% terhadap perilaku peralihan merek sedangkan sisanya 42,1% dapat dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Atribut Produk, Kualitas Produk, Kebutuhan Mencari Variasi, *Popularity* dan Peralihan Merek