

ABSTRACT

INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTE ON BRAND SWITCHING REFERENCE GROUP AS MODERATING ON SAMSUNG SMARTPHONES

By:

Farhan Rahmat Ramadhan

193402129

Under the guidance of:

Mochammad Soleh Soeaidy

R. Lucky Radi Rinandiyana

The purpose of this study was to identify and analyze product attributes, brand switching, reference groups and the influence of product attributes on brand switching with reference group Samsung smartphone moderation. The sample population in this study was 200 people. Sampling technique using data collection techniques. This study used a data collection method in the form of a questionnaire. The data analysis tool used in this research is Structural Equation Modeling (SEM) using AMOS 24 software. Based on the research results it was known that product attributes are included in the good classification, brand switching is included in the good classification, and reference groups are included in the good classification. Based on the results of the analysis, product attributes have a positive influence on brand switching, and reference groups have a positive influence in moderating the relationship between product attributes and brand switching.

Keywords: Product attributes, *Brand Switching, Reference Group.*

ABSTRAK

PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP BRAND SWITCHING DENGAN MODERASI REFERENCE GROUP PADA SMARTPHONE SAMSUNG

Oleh:

Farhan Rahmat Ramadhan

193402129

Di bawah bimbingan:

Mohammad Soleh Soeaidy

R. Lucky Radi Rinandiyana

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis atribut produk, *brand switching*, *reference group* dan pengaruh atribut produk terhadap *brand switching* dengan moderasi *reference group smartphone* Samsung. Populasi sampel pada penelitian ini sebanyak 200 orang. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan software AMOS 24. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa atribut produk termasuk dalam klasifikasi baik, *brand switching* termasuk dalam klasifikasi baik, dan *reference group* termasuk dalam klasifikasi baik. Berdasarkan hasil analisis, atribut produk memiliki pengaruh positif terhadap *brand switching*, dan *reference group* memiliki pengaruh positif dalam memoderasi hubungan antara atribut produk dengan *brand switching*.

Kata kunci: Atribut produk, *Brand Switching*, *Reference Group*.