

## ABSTRAK

Laporan penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Ketidakpuasan Pelanggan dan Daya Tarik Iklan Pesaing Terhadap Perpindahan Merek XL Axiata (Studi Pada Universitas Pasundan Bandung)”**. Pengambilan judul ini dilatarbelakangi oleh adanya anggapan dari konsumen mengenai produk yang kurang berkualitas, adanya rasa ketidakpuasan setelah menggunakan produk, iklan pesaing yang lebih menarik di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan Bandung. Hal tersebut berdampak pada timbulnya perpindahan merek yang berada pada tingkatan rendah atau tidak baik.

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan ukuran populasi 15.253 orang dan sampel 100 orang menggunakan teknik non probability sampling.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa ada pengaruh signifikan dari variabel kualitas produk terhadap perpindahan merek dengan  $t_{hitung} = 4,854 > t_{tabel} = 1,660$  dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Sedangkan untuk variabel ketidakpuasan juga berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek dengan nilai  $t_{hitung} = 4,471 > t_{tabel} = 1,660$  dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Kemudian untuk variabel daya tarik iklan pesaing juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perpindahan merek dengan  $t_{hitung} = 2,905 > t_{tabel} = 1,660$  dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Selain itu, secara simultan kualitas produk, ketidakpuasan pelanggan dan daya tarik iklan pesaing terhadap perpindahan merek dengan nilai  $F_{hitung} = 59,817 > F_{tabel} = 2,70$  dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Ketidakpuasan Pelanggan, Daya Tarik Iklan Pesaing, Perpindahan Merek**