

RINGKASAN

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Ketidakpuasan, Iklan, *Word of Mouth* dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek (Studi pada Konsumen Produk Lipstik Wardah di Purwokerto). Saat ini kebutuhan kosmetik konsumen semakin tinggi karena selain perawatan tubuh, kosmetik juga menunjukkan identitas atau identitas seseorang dalam suatu komunitas tertentu. Melihat kesempatan ini banyak perusahaan kosmetik baik di dalam negeri dan luar negeri bersaing untuk membuat berbagai jenis kosmetik, salah satunya adalah produk yang diproduksi oleh Wardah lipstik. Prestasi Wardah saat ini membuat konsumen semakin banyak membuat merek beralih dari merek lama ke merek produk Wardah lipstik. Dengan variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Ketidakpuasan, Iklan, *Word of Mouth* dan Kebutuhan Mencari Variasi pada penelitian Perpindahan Merek. Ini menggunakan tujuh variabel yang dapat mempengaruhi berpindah merek. Variabel yang pertama adalah citra merek, variabel yang kedua adalah kualitas produk, dan kemudian harga, ketidakpuasan, iklan, dari mulut ke mulut dan variabel terakhir adalah Kebutuhan Mencari Variasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk menguji pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Ketidakpuasan, Iklan, *Word of Mouth* dan Kebutuhan Mencari Variasi pada konsumen produk lipstik Wardah Purwokerto. Penelitian ini merupakan penelitian konfirmasi untuk itu bertujuan untuk mengkonfirmasi teori. Populasi dari penelitian ini adalah warga perempuan yang tinggal di Purwokerto. Jumlah sampel ditetapkan pada 100 responden. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Convenience Sampling*. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier dengan pendekatan konfirmasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua tujuh variabel berpengaruh secara signifikan. Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Ketidakpuasan, Iklan, *Word of Mouth* dan Kebutuhan Mencari Variasi signifikan mempengaruhi Perpindahan Merek.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Iklan, Ketidakpuasan, *Word Of Mouth*, Kebutuhan Mencari Variasi dan Perpindahan Merek.

SUMMARY

The Influence of Brand Image, Product Quality, Price, Dissatisfaction, Advertisement, Word of Mouth and The Need to Find Variations on Brand Switching(Study at Consumer of WardahLipstick Product in Purwokerto). Nowadays cosmetic need of consumers is increasingly high because in addition to body care, cosmetic also indicates the identity or the identity of a person in a particular community. Seeing this opportunityso many cosmetic companies both domestically and abroad compete to make various types of cosmetic, one of them is a product manufactured by Wardah lipstick. Achievement Wardah currently making more and more consumers make the brand switching from old brand to brand Wardah lipstick productin terms of Brand Image, Product Quality, Price, Dissatisfaction, Advertisement, Word of Mouth and The Need to Find Variations on Brand Switching.This research using seven variables that can influence the brand switching. The First variabel is brand image, the second variabel is product quality, and then price, dissatisfaction, advertisement, word of mouth and the last variabel is The Need to Find Variations.

Based on these descriptions, the authors are interested to test the effect Brand Image, Product Quality, Price, Dissatisfaction, Advertisement, Word of Mouth and The Need to Find Variations on consumer of Wardah lipstick product Purwokerto. This research is a confirmatory research for it aims to confirm the theory. The population of this research is women citizens living in Purwokerto. The number of sample set at 100 respondents. Determination of the sample in this research uses convenience sampling method. Method of data analysis uses linear regression analysis with a confirmatory approach. The results of this research indicate that all seven variables influence significantly. Brand Image, Product Quality, Price, Dissatisfaction, Advertisement, Word of Mouth and The Need to Find Variations significantly influence brand switching.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Dissatisfaction, Advertisement,

Word of Mouth, The Need to Find Variations and brand switching.