

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Kelompok Acuan berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek dari handphone nokia ke merek lain baik secara simultan maupun secara parsial. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden di kalangan mahasiswa Universitas Mercubuana Program Studi Manajmen S1 dengan menggunakan pendekatan deksriptif kuantitatif. Karena itu analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda. Sampel yang diambil adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana Program Studi Manajmen S1 yang pernah menggunakan handphone Nokia dengan menggunakan metode *convenience sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan di anggap sesuai sebagai sumber data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini valid dan variabelnya bersifat reliabel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, variable gaya hidup, kualitas produk, dan kelompok acuan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek. Sedangkan secara parsial melalui regresi linier, variable Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Kelompok Acuan berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek. Nokia perlu mempertahankan dan meningkatkan elemen-elemen kualitas produk nya untuk mempertahankan pangsa pasar agar sesuai dengan kebutuhan konsumennya.

Kata kunci : *Gaya hidup, Kualitas Produk, Kelompok Acuan, Perpindahan Merek.*

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## **ABSTRACT**

*This research aims to know whether the variable Lifestyle, Quality Products, and the Reference Group significantly influence brand switching from nokia to other brands either simultaneously or partially. This Research was conducted on 100 respondents among students at the University Mercubuana Management Studies Program S1 using quantitative descriptive approach. Therefore, analysis of the data used is statistical analysis in the form of multiple linear regression test. Samples taken are students of Mercu Buana University Studies Program S1 Management who ever using nokia mobile phone by using convenience sampling method the sampling technique based on chance, that is incidentally met with researchers and was assumed as the data source.*

*These results indicate that the indicators in this study is valid and the variables are reliable. The results of this research indicate that simultaneous, lifestyle variables, product quality, and the reference group together significantly influence on the brand switching. While partially through linear regression, variable lifestyle, quality products, and the reference group significant influence on the brand switching. Nokia needs to maintain and improve the elements of its quality products to maintain the market share in order to fit the needs of consumers.*

**Keywords:** *Lifestyle, Quality Products, Reference Group, Brand Switching.*

