

## ABSTRAKSI

Kemajuan teknologi ponsel yang semakin pesat membuat produsen-produsen ponsel saling bersaing dalam hal perkembangan teknologi ponsel yang terkini dan mutakhir, dengan adanya persaingan antara produsen ponsel tersebut membuat konsumen harus selektif dalam memilih ponsel yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Pada pasca konsumsi konsumen mengembangkan rasa tidak puas terhadap produk yang digunakan dalam hal ini konsumen dapat melakukan perpindahan ke merek lain agar kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dapat terpenuhi.

Perilaku perpindahan merek pada konsumen terjadi dikarenakan oleh penggunaan produk, kepuasan dan keterlibatan konsumen. Seorang konsumen yang mengalami rasa kecewa terhadap produk yang dibeli setelah pasca pembelian mempunyai kemungkinan akan merubah perilaku keputusan pembelian berikutnya untuk mencapai keinginannya tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penggunaan produk, kepuasan dan keterlibatan konsumen berpengaruh terhadap perilaku perpindahan merek. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna ponsel Nokia berbasis GSM maupun CDMA. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan dengan bantuan program *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 11.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan produk, kepuasan, dan keterlibatan konsumen berpengaruh terhadap perilaku perpindahan merek pada konsumen pengguna ponsel Nokia. Hal ini dapat dilihat dari hasil signifikansi uji  $t$  dan  $f$  yang dibawah 0,05 menunjukkan secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap perilaku perpindahan merek.