**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN PENCARIAN VARIASI TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PELANGGAN BLACKBERRY KE SAMSUNG FITUR ANDROID DI KOTA PADANG**

**Robby Fernandes1, Yulihar Mukhtar2, Irda3**  
1Jurusan Manajemen, Fakultas EkonomiUniversitas Bung Hatta  
[robbyfernandes17@gmail.com](mailto:robbyfernandes17@gmail.com)[yul\_mukhtar@yahoo.com](mailto:yul_mukhtar@yahoo.com)[irda1987@yahoo.com](mailto:irda1987@yahoo.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of pricing, advertising and search variation of brand switching. The samples used were eighty responden.Teknik sampling using purposive sampling. Methods of data analysis used multiple linear regression ananlisis. To determine the contribution of the independent variables on the dependent variable, the coefficient of determination test with the results of the effect of pricing, advertising and search variations on brand switching is equal to ninety-two point one percent, and the remaining seven point nine percent influenced by other variables. To test the hypothesis, the t test is used, the search hypothesis acceptable variations in this study that there is influence between searches variation of brand switching. While variable pricing and advertising in this study was rejected because of significant value above the zero point zero five. Recommended to the desert city samsung android features that further improve the quality of services and goods, in order to attract consumers to shift kesamsung android features in the desert city*

**Keywords : *Price, Advertising, Variation Seeking , Brand Switching***

**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN PENCARIAN VARIASI TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PELANGGAN BLACKBERRY KE SAMSUNG FITUR ANDROID DI KOTA PADANG**

**Robby Fernandes1, Yulihar Mukhtar2, Irda3**  
1Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta  
[robbyfernandes17@gmail.com](mailto:robbyfernandes17@gmail.com)[yul\_mukhtar@yahoo.com](mailto:yul_mukhtar@yahoo.com)[irda1987@yahoo.com](mailto:irda1987@yahoo.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, iklan dan pencarian variasi terhadap perpindahan merek. Jumlah sampelyang digunakan adalah delapan puluh responden.Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan ananlisis regresi linier berganda. Untuk menentukan kontribusi variabel independen pada variabel dependen, dilakukan uji koefisien determinasi dengan hasil dari pengaruh harga, iklan dan pencarian variasi terhadap perpindahan merek adalah sebesar sembilan puluh dua titik satu persen, dan sisa tujuh titik sembilan persen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya. Untuk menguji hipotesis, uji t hitung digunakan, hipotesis pencarian variasi dalam studi ini diterima bahwa ada pengaruh antara pencarian variasi terhadap perpindahan merek.Sedangkan variabel harga dan iklan dalam studi ini ditolak karena nilai signifikannya diatas nol titik nol lima. Disarankan kepada pihak samsung fitur android kota padangsupaya lebih meningkatkan pelayanan dan kualitas barang, agar menarik konsumen melakukan perpindahan kesamsung fitur android di kota padang

**Kata kunci: harga, iklan, pencarian variasi,perpindahan merek**