

## **ABSTRAK**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2022**

Arianto  
120.2018.158

Pengaruh Promosi, Ketidakpuasan Konsumen, Mencari Variasi dan Harga Terhadap Perpindahan Merek serta Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus pada Pengguna Sepatu Merek Nike yang Beralih ke Merek Lain di DKI Jakarta).

114 + xv halaman, 21 tabel, 2 gambar, dan 4 lampiran

### **Uraian Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, ketidakpuasan konsumen, mencari variasi dan harga terhadap perpindahan merek pada pengguna sepatu merek Nike yang beralih ke merek lain di DKI Jakarta serta kesesuaiannya dari sudut pandang Islam. Teknik pengambilan sampel dalam yang digunakan dalam penelitian ini adakah *sampling incidental* dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dikumpulkan melalui instrumen kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, uji-t, dan uji-F. Hasil menunjukkan bahwa variabel promosi, ketidakpuasan konsumen, mencari variasi dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek pada pengguna sepatu merek Nike yang beralih ke merek lain secara parsial maupun simultan. Promosi, ketidakpuasan konsumen, mencari variasi, harga dan perpindahan merek dalam penelitian ini telah sesuai dari sudut pandang Islam.

Kata Kunci: promosi, ketidakpuasan konsumen, mencari variasi, harga, perpindahan merek.