

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
*BRAND SWITCHING*  
(STUDI KASUS: MOBIL TOYOTA AVANZA Di PADANG)**

Arbi Febrian<sup>1</sup>, Sefnedi<sup>2</sup>

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : [febrianarbi@gmail.com](mailto:febrianarbi@gmail.com), [sefnedi@bunghatta.ac.id](mailto:sefnedi@bunghatta.ac.id)

### **A. PENDAHULUAN**

Perkembangan jumlah penduduk yang pesat serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Agar orang dapat melakukan pekerjaan secara cepat, diantaranya perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, maka dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi..

Transportasi dapat dilakukan melalui darat, udara dan laut. Transportasi melalui darat merupakan transportasi yang dipilih oleh banyak orang, salah satunya untuk transportasi antar kota terdekat. Salah satu transportasi darat adalah mobil. Diantara berbagai jenis mobil, terdapat satu jenis yang paling banyak diminati konsumen, yakni kendaraan serba guna atau *Multi Purpose Vehicle* (MPV). MPV adalah jenis kendaraan yang difungsikan untuk mengangkut banyak penumpang atau sebagai mobil keluarga. Saat ini, mobil jenis MPV banyak digemari oleh sebagian besar orang, sehingga banyak produsen dari berbagai perusahaan memproduksi mobil jenis MPV. Oleh karena itu, saat ini jenis MPV dari berbagai merek membanjiri pasar mobil nasional diantaranya Toyota (Innova dan Avanza), Daihatsu (Xenia), Suzuki (APV dan Ertiga), Honda (Odyssey dan Stream), Isuzu (Phanter), Nissan Grand Livina dan lain sebagainya

Teori dalam penelitian ini adalah *brand switching*, kualitas Produk, harga dan *word of mouth*. Menurut Peter dan Olson (2014), perpindahan merek adalah pola pembelian yang dikarakteristikan dengan perubahan atau pergantian dari suatu merek ke merek lain. Menurut Firmansyah (2019) Faktor-faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* yaitu Iklan, Harga, Kualitas Produk, Komunikasi dari Mulut ke Mulut, Kepribadian, Citra Merek, Kebutuhan Mencara Variasi, Ketidakpuasan Konsumen dan Promosi.

### **B. METODE PENELITIAN**

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan mobil merek Avanza di Kota Padang. jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan data primer. Teknik pengumpulan data yaitu dengan cara menggunakan daftar pernyataan dalam berbentuk angket (kuesioner online) melalui *google form*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang beralih ke mobil merek Toyota Avanza di kota Padang dengan beberapa kriteria salah satunya sudah memiliki pekerjaan tetap. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 80 responden, dengan Teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan bantuan program SPSS ver.20

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji T

Variabel Bebas	T hitung	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	4.611	0.000	H1 diterima
Harga (X2)	1.414	0.162	H2 ditolak
Word Of Mouth (X3)	1.326	0.189	H3 ditolak

Berdasarkan hasil uji Independent Sample T-test yang menunjukkan bahwa nilai sig pada kualitas produk sebesar 0.000 kecil dari 0.005, Harga sebesar 0.162 lebih besar dari 0.005, *word of mouth* sebesar 0.189 lebih besar dari 0.005. Maka H1 diterima, H2 dan H3 ditolak. Penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Arinastuti dan Zuhaena (2021) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan merek. Hasil ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Anggraeni, dkk (2018) menemukan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *brand switching*. Hasil penelitian Dewantara, dkk (2018) yang menjelaskan bahwa WOM tidak berpengaruh terhadap *brand switching*.

## D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand switching*, sedangkan harga dan *word of mouth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *brand switching*.

Penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan maka untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan objek yang berbeda dengan sampel yang lebih banyak lagi serta

menggunakan periode penelitian yang lebih up to date lagi. Untuk pihak Toyota mempertahankan apa yang sudah tercapai saat ini dan lebih meningkatkan untuk kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]Anggraeni, R., Evanita, S., & Sofya, R. (2018). Pengaruh *Endorser*, Harga Dan Kualiatas Produk Terhadap Perilaku Peralihan Merek (*Brand Switching*) Bedak Padat Maybelline Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 785.
- [2]Arinastuti, & Zuhaena, F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi Terhadap Perpindahan Merek Sabun Mandi Lifebuoy pada Ibu Rumah Tangga di Desa Purwokerto Lor Kabupaten Banyumas. *Majalah Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (MIMB)*, 18(1), 20–27.
- [3]Dewantara, S., Mursito, B., & Kustiyah, E. (2018). Analisis Faktor Ketidakpuasan, Fitur Produk, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Switching Pada Produk Smartphone OPPO. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 18(1), 106–116.
- [4]Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek*. Cetakan Pertama. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- [5]Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi*

*Pemasaran*, Edisi 9. Jakarta : Salemba  
Empat.