

**PENGARUH KEPUASAN DAN IKLAN TERHADAP *BRAND SWITCHING*
SEPEDA MOTOR HONDA**

(Studi pada Mahasiswa pemilik kendaraan bermotor merek Honda di kampus
Mrican dan Paingan Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)

Yohanes Adeo Martien

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh kepuasan dan iklan secara simultan terhadap *brand switching*, 2) Pengaruh kepuasan secara parsial terhadap *brand switching*, 3) Pengaruh iklan secara parsial terhadap *brand switching*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier berganda, uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kepuasan dan iklan secara simultan berpengaruh terhadap *brand switching*, 2) Kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap *brand switching*, 3) Iklan tidak berpengaruh secara parsial terhadap *brand switching*.

Kata kunci: Pengaruh, Kepuasan, Iklan, *Brand switching*.

**THE EFFECT OF SATISFACTION AND ADVERSITING ON BRAND
SWITCHING OF HONDA MOTORCYCLES**

(Studies on Students who own Honda motorized vehicles at the Mrican and
Paingan campuses of the Sanata Dharma University in Yogyakarta)

Yohanes Adeo Martien

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2021

This study aims to see: 1) The effect of satisfaction and advertising simultaneously on brand switching, 2) The effect of partial satisfaction on brand switching, 3) partial effect of advertising on brand switching. Data were collected using a questionnaire. The sample used in this study was 100 respondents. The data analysis technique used to test the hypothesis is multiple linear regression, F and t test. The results showed that 1) Satisfaction and advertising simultaneously affect brand switching, 2) Satisfaction partially affects brand switching, 3) Advertising does not partially affect brand switching.

Keywords: Influence, Satisfaction, Advertising, Brand switching.

