

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP PERALIHAN  
MEREK DARI SEMUA PRODUK KECANTIKAN  
KE MEREK MS GLOW PADA MAHASISWI  
STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG**

**ABSTRAK**

Oleh:

**SILVI INDAH PUSPITASARI**

Dosen Pembimbing

Erminati Pancaningrum, ST., MSM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh atribut produk dan promosi terhadap perilaku peralihan merek dari semua produk kecantikan ke merek MS Glow pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang manajemen angkatan 2017. Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasi adalah mahasiswa yang melakukan peralihan merek ke merek MS Glow sebanyak 60 orang, analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Atribut produk yang baik dapat menentukan perubahan perilaku konsumen untuk melakukan perpindahan merek. Semakin baik atribut produk, semakin tinggi perpindahan merek dan Promosi sangat penting dalam menentukan perpindahan merek. Semakin baik promosi semakin tinggi perpindahan merek

***Kata Kunci:*** atribut produk, promosi dan perilaku peralihan merek