

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *PERCEIVED PRICE*  
TERHADAP *BRAND SWITCHING*  
(Studi kasus terhadap pengguna *Smartphone*  
yang telah berpindah ke merek *Xiaomi*  
di Kabupaten Jombang)**

**ABSTRAKSI**

Oleh :  
**Danang Hery Chriswanto**

Dosen Pembimbing :  
**Erminati Pancaningrum, ST. M.SM**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *country of origin* dan *perceived price* terhadap *brand switching* pada pengguna *smartphone* merek lain ke merek *Xiaomi*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* merek apapun yang telah berpindah merek ke merek *Xiaomi* yang berada di Kabupaten Jombang, sedangkan teknik pengambilan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji *t*, dan uji analisis koefisien determinan ( $R^2$ ). Dari hasil tersebut didapati bahwa *Country of Origin* dapat meningkatkan terjadinya *brand switching* dan *Perceived Price* tidak menimbulkan efek terjadinya *brand switching* pada pengguna *smartphone* merek *Xiaomi* di Kabupaten Jombang. Untuk penelitian yang akan datang dapat menambahkan variabel lain yang bisa meningkatkan pengaruh terhadap *brand switching*, misal *celebrity endorser* dan/ atau *variety seeking*.

**Kata Kunci : *Country Of Origin, Perceived Price* dan *Brand Switching*.**

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *PERCEIVED PRICE*  
TERHADAP *BRAND SWITCHING*  
(Studi kasus terhadap pengguna *Smartphone*  
yang telah berpindah ke merek *Xiaomi*  
di Kabupaten Jombang)**

***ABSTRACTION***

**Oleh :  
Danang Hery Chriswanto**

**Dosen Pembimbing :  
Erminati Pancaningrum, ST. M.SM**

*This study aims to analyze the influence of country of origin and perceived price on brand switching on other smartphone brand users to Xiaomi brand. The population in this research is smartphone user of any brand that has switched brand to Xiaomi brand located in Jombang regency, while data retrieval technique is using accidental sampling technique. In this study using quantitative analysis includes the validity and reliability test, the classical assumption test. Methods of data analysis in this study using multiple linear regression analysis, t test, and test of determinant coefficient analysis ( $R^2$ ). From these results it is found that Country of Origin can increase the occurrence of brand switching and Perceived Price does not cause the effect of brand switching on Xiaomi brand smartphone users in Jombang regency. For future research can add other variables that can increase the effect on brand switching, eg celebrity endorser and / or variety seeking.*

***Keyword : Country Of Origin, Perceived Price and Brand Switching.***