

ABSTRAK

HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DENGAN *BRAND SWITCHING* MEREK *SKINCARE* PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN PERDAGANGAN ANGKATAN 24 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Kualitas produk dengan *Brand switching* merek skincare pada mahasiswa manajemen perdagangan angkatan 24 fakultas ekonomi dan bisnis universitas negeri padang. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas produk dan variabel terikat adalah *Brand switching*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kualitas produk dan skala *Brand switching*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 84 mahasiswa manajemen perdagangan angkatan 24 Universitas negeri padang. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Hasil koefisien validitas pada skala Kualitas produk bergerak dari $r_{ix} = 0,338$ sampai dengan $r_{ix} = 0,790$ dengan koefisien reliabilitas sebesar $\alpha = 0,953$ dan hasil koefisien validitas pada skala *Brand Switching* bergerak dari $r_{ix} = 0,402$ sampai dengan $r_{ix} = 0,757$ dengan koefisien reliabilitas sebesar $\alpha = 0,931$. Berdasarkan analisis data, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.757 dengan taraf signifikansi 0,000 yang berarti hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan sangat signifikan antara kualitas produk dengan *Brand switching* pada mahasiswa angkatan 24 universitas negeri padang artinya semakin bagus Kualitas produk maka semakin tinggi pula *Brand switching* dan sebaliknya semakin tidak bagus kualitas produk maka semakin rendah *Brand switching* merek skincare pada mahasiswa manajemen perdagangan angkatan 24 universitas negeri padang

Kata kunci: Kualitas produk, *Brand switching*, Skincare, Mahasiswa.

ABSTRACT

***The Relationship between Product Quality and Brand Switching of
Skincare Brands in Trade Management Students Batch 24,
Faculty of Economics and Business,
Padang State University.***

This research aims to determine the relationship between product quality and skincare brand switching among students majoring in trade management class 24, Faculty of Economics and Business, Padang State University. The independent variable in this research is product quality and the dependent variable is brand switching. The measuring instruments used in this research are the product quality scale and brand switching scale. The sampling technique in this research used a simple random sampling technique. The sample in this research was 84 students of Trade Management class 24 at Padang State University. Validity and reliability testing in this research used the Cronbach's Alpha technique. The validity coefficient results on the Product Quality scale moved from $r_{ix} = 0.338$ to $r_{ix} = 0.790$ with a reliability coefficient $\alpha = 0.953$ and the validity coefficient results on the Brand Switching scale moved from $r_{ix} = 0.402$ to $r_{ix} = 0.757$ with a reliability coefficient $\alpha = 0.931$. Based on data analysis, a correlation coefficient value of 0.757 was obtained with a significance level of 0.000, which means the hypothesis was accepted. This shows that there is a strong and very significant relationship between product quality and brand switching in the 24th batch of Padang State University students, meaning that the good the product quality, the higher the brand switching and conversely, the not good the product quality, the lower the skincare brand switching in the 24th batch of trade management students at Padang State University.

Keywords: Product Quality, Brand Switching, Skincare, Students.