

**ABSTRAK**

**MUHAMMAD ARDIYANTO (211231). PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK KE KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWI SEKOLAH TINGGI AGAM ISLAM NEGERI KUDUS, SKRIPSI, KUDUS: JURUSAN SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM STAIN KUDUS,2016.**

Tujuan Penelitian ini adalah: 1) Untuk menganalisis pengaruh antara atribut produk terhadap perpindahan merek pada mahasiswa STAIN Kudus . 2) Untuk menganalisis pengaruh antara promosi terhadap perpindahan merek pada mahasiswa STAIN Kudus. 3) Untuk menganalisis atribut produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap perpindahan merek pada mahasiswa STAIN Kudus. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field Resecarch*, pendekatan kuantitatif, sumber data primer dan data sekunder, yaitu dengan cara menyebar kuesioner, dan mencatat arsip-arsip tertulis. Penelitian ini menggunakan objek penelitian di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis statistik. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1. Variabel atribut produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perpindahan merek dengan nilai  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{hitung}$  ( $7.561 > 1.985$ ), 2. variabel promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perpindahan merek dengan nilai  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{hitung}$  ( $2.004 > 1.985$ ). Sehingga secara bersama-sama variabel atribut produk dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perpindahan merek pada mahasiswa STAIN Kudus, karena berdasarkan uji statistik diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar  $76.336 >$  dari  $f_{tabel}$  3.09 dengan persamaan regresi  $Y = 2.868 + 0.290X_1 + 0.082X_2 + e$ .

**Kata Kunci: Atribut Produk, Promosi, Perpindahan Merek**