

## ABSTRAK

**M. Danir Ramadhan, 1720310136, “Pengaruh Promosi, *Customer Dissatisfaction*, dan *Variety Seeking* terhadap *Brand Switching* pada Konsumen Laptop Nitro Computer di Kudus (Studi Kasus Pada Konsumen Nitro Computer)”.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, *customer dissatisfaction*, dan *variety seeking* terhadap *brand switching* pada konsumen laptop Nitro Computer di Kudus.

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan lapangan. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dan penulis melakukan studi lapangan di toko Nitro Computer. Populasi dalam penelitian ini tidak terhitung, kemudian diambil sampel 100 dengan menggunakan rumus Lemeshow. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap *brand switching*. Pada *customer dissatisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *brand switching*. Adapun *variety seeking* berpengaruh signifikan terhadap *brand switching*. Dibuktikan juga secara bersama-sama promosi, *customer dissatisfaction*, dan *variety seeking* berpengaruh signifikan terhadap *brand switching* pada konsumen laptop Nitro Computer di Kudus. Nilai koefisien korelasi menunjukkan bahwa 64,5% variabel *Brand Switching* dipengaruhi oleh variabel promosi, *Customer Dissatisfaction*, dan *Variety Seeking* sedangkan sisanya sebesar 35,5% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini.

**Kata Kunci:** **Promosi, *Customer Dissatisfaction*, *Variety Seeking*, *Brand Switching***