

## ABSTRAK

Perkembangan industri sepeda motor di Indonesia dengan bermacam merek yang digunakan oleh perusahaan produsennya juga menjadikan isu merek ini menjadi sangat strategis dikarenakan dapat menjadi sarana bagi perusahaan untuk mengembangkan dan memelihara loyalitas pelanggan. Merek yang kuat akan membangun loyalitas, dan loyalitas. Kemunculan berbagai macam produk yang sejenis dengan merek yang berbeda menurut berpotensi mendorong keinginan konsumen untuk mencoba sesuatu yang baru. Timbulnya rasa ingin tahu konsumen terhadap suatu produk baru mendorong konsumen untuk melakukan perpindahan merek (*Brand Switching*) (Damayanti & Wahyono, 2015).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk Terhadap *Brand Switching*. jenis Penelitian ini merupakan penelitian korelasional dengan metode analisis regresi linier berganda, pengumpulan data menggunakan kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap *Brand Switching*.

Kata Kunci : *Brand Switching* citra merek, harga dan kualitas produk