

## ABSTRAK

### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU *BRAND SWITCHING* DARI MEREK LAIN KE WARDAH

Oleh :

**Ella Karmila**

*Brand switching* merupakan perilaku konsumen yang mencerminkan pergantian dari merek produk yang biasa dikonsumsi ke produk merek lain. Beberapa hal yang menjadi penyebab terjadinya konsumen berpindah ke merek lain, yaitu label halal, youtube *beauty vlogger*, *variety seeking*, dan ketidakpuasan konsumen. Tingkat perpindahan merek juga menunjukkan sejauh mana sebuah merek memiliki konsumen yang loyal. Semakin tinggi tingkat perpindahan merek, maka semakin tidak loyal konsumen terhadap suatu merek. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal, youtube *beauty vlogger*, *variety seeking*, dan ketidakpuasan konsumen terhadap *brand switching* dari merek lain ke Wardah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Label halal dan ketidakpuasan konsumen berpengaruh terhadap perilaku *brand switching* dari merek lain ke Wardah. Penambahan variabel lain seperti iklan, harga, kualitas produk dan *electronic word of mouth* (eWom) diperlukan untuk menambah gambaran penilaian yang lebih utuh.

**Kata Kunci :** label halal, youtube *beauty vlogger*, *variety seeking*, ketidakpuasan konsumen, *brand switching*