

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam

## INTISARI

Diantara tujuan penelitian adalah untuk menguji secara serentak dan parsial pengaruh dari ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen pengguna oli pelumas. Pendekatan perpindahan merek dapat membantu dalam memecahkan masalah dan pengambilan keputusan yang berhubungan dengan loyalitas terhadap suatu merek. Kuisisioner digunakan sebagai sumber data primer didukung data sekunder yang diperoleh baik melalui literature jurnal, buku, majalah, dan lain-lain.

Penelitian ini menghasilkan bahwa keputusan perpindahan merek pada konsumen pengguna oli pelumas dapat dipengaruhi oleh variabel ketidakpuasan konsumen, keterlibatan, perbedaan persepsi diantara merek, fitur hidonis dan kekuatan preferensi. Hasil lainnya membuktikan bahwa variabel keterlibatan mempunyai pengaruh yang paling dominan dalam keputusan perpindahan merek, ini disebabkan bahwa dalam benak konsumen keterlibatan dan kemudahan mencari produk oli pelumas di pasaran lebih dipertimbangkan.

Kata kunci: Demographic, Attitude, Brand, Brand Switching, Brand Loyalty