

INTISARI

Penelitian ini menginvestigasikan faktor-faktor yang menyebabkan konsumen sepeda motor melakukan perpindahan merek dari merek lain ke Yamaha. Faktor penyebab konsumen melakukan *brand switching* antara lain *price*, *switching cost*, *loyalty programs*, *behavioral factors*, *brand trust*, *references group influences*, dan *service quality*. Di tengah resesi ekonomi global seperti sekarang ini, angka penjualan sepeda motor tetap menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Kenaikan penjualan ini disebabkan oleh persepsi masyarakat yang masih menganggap sepeda motor sebagai alat transportasi yang murah sekaligus irit dan mudah. Persaingan antar produsen sepeda motor sendiri berlangsung ketat. Pabrik asal Jepang, Honda, Yamaha, Suzuki menjadi tiga pabrikan yang menguasai pasar sepeda motor terbesar, diluar ketiganya masih ada Kawasaki ataupun motor Cina dan yang lain. Sekarang Yamaha berhasil menguasai pangsa pasar sepeda motor di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh banyaknya konsumen yang melakukan *brand switching* ke merek Yamaha. Kata kunci: *brand switching*, konsumen, *switching cost*.