

## ABSTRAK

Canu Pratama Sandi. 16610012. Pengaruh *Technical Criteria*, *Economic Criteria* Dan *Legalistic Criteria* Terhadap Perilaku *Brand Switching* Konsumen Pada Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Pekalongan Lampung Timur. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing: (1) Ratmono, S.E., M.M. (2) Sri Retananing, S.E., M.M.

Untuk bertahan dalam persaingan alat transportasi perusahaan Honda selalu berupaya untuk memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, dengan memberikan produk yang mempunyai kualitas yang baik, selalu berinovatif, sesuai dengan perkembangan zaman, harga yang terjangkau guna membangun hubungan emosional yang mendalam antara produk Honda dengan konsumen. Perusahaan Honda penting untuk memahami antara *emotional branding* dan *brand switching* agar perusahaan dapat menciptakan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen khususnya sepeda motor dan dapat memberikan perasaan emosional yang tinggi antara konsumen dan produk sehingga mereka tidak melakukan *brand switching* ke merek lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *Technical Criteria*, *Economic Criteria* Dan *Legalistic Criteria* berpengaruh secara simultan Terhadap Perilaku *Brand Switching* Konsumen Pada Pembelian Sepeda Motor Honda Vario. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, metode penelitian yang digunakan adalah *Judgement sampling* merupakan salah satu jenis *purposive sampling*, dimana peneliti memilih sampel berdasarkan karakteristik tertentu, yaitu konsumen motor Honda Vario di Pekalongan Lampung Timur, dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas dan uji homogenitas. Pengujian model analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji T, uji F dan R determinasi. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan uji T diperoleh bahwa *technical criteria* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand switching* Konsumen Pada Pembelian Sepeda Motor Honda Vario, *Economic criteria* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand switching* Konsumen Pada Pembelian Sepeda Motor Honda Vario dan *Legalistic criteria* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand switching* Konsumen Pada Pembelian Sepeda Motor Honda Vario. Dari uji F *technical criteria*, *economic criteria* dan *legalistic criteria* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand switching* Konsumen Pada Pembelian Sepeda Motor Honda Vario.

**Kata Kunci-** *Technical Criteria*, *Economic Criteria*, *Legalistic Criteria* dan *Brand Switching*