

ABSTRAK

Perpindahan merek merupakan kondisi yang wajar dalam konteks perilaku konsumen. Kondisi ini terjadi akibat perubahan perilaku konsumen yang dapat dipengaruhi oleh perubahan preferensi, pengalaman konsumen hingga pengaruh strategi promosi merek lain. Hal ini tentu menjadi ancaman bagi merek yang ditinggalkan dan sebaliknya justru menjadi peluang bagi merek yang menjadi tujuan konsumen. Kondisi ini menuntut perusahaan agar dapat menerapkan strategi efektif untuk menarik konsumen baru dan mencegah konsumen lama berpindah ke merek kompetitor.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku perpindahan merek pada konsumen skincare halal. Beberapa faktor yang digunakan pada penelitian ini adalah *variety seeking*, *alternative attractiveness*, *halal awareness*, dan *product attribute*. Data penelitian diperoleh data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan 204 sampel pengguna skincare Avoskin. Hasil penelitian ditemukan bahwa *variety seeking*, *alternative attractiveness*, *halal awareness*, dan *product attribute* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap brand switching pada konsumen skincare halal.

Kata Kunci : perpindahan merek, pilihan konsumen, daya tarik, kesadaran halal