

## ABSTRAK

Dari total penjualan sepeda motor Yamaha antara 2012 hingga 2014 mengalami penurunan, disisi lain sepeda motor Honda mengalami peningkatan, dan merk sepeda motor lain cenderung stagnan. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *word of mouth*, persepsi harga dan kualitas produk, terhadap keputusan perpindahan merk sepeda motor bebek Yamaha ke Honda. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu *word of mouth* (X1), persepsi harga (X2), kualitas produk (X3) dan keputusan perpindahan merk sebagai variabel dependennya.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan produk sepeda motor bebek Yamaha dan memutuskan untuk berpindah ke produk sepeda motor Honda. Metode penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana peneliti memfokuskan kepada responden yang sebelumnya menggunakan sepeda motor bebek Yamaha dan memutuskan berpindah ke sepeda motor bebek Honda. Sampel yang digunakan sebanyak 100 reponden. Data diperoleh dari kuesioner yang kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda melalui program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* memiliki pengaruh secara positif terhadap keputusan perpindahan merk, persepsi harga memiliki pengaruh yang negatif terhadap keputusan perpindahan merk, dan kualitas produk memiliki pengaruh secara positif terhadap keputusan perpindahan merk.

Kata kunci : *Word of Mouth*, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Perpindahan Merek