

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor pengaruh perilaku pergantian merek dari produk teh dalam kemasan di Stasin Tugu Yogyakarta. Sampel ini menggunakan metode sampling purposive dengan total sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta . Penelitian ini menggunakan metode analisa regresi ganda. Hasil pengujian koefisien regresi serentak, parsial dan dominan menemukan perilaku berganti merek dari produk teh dalam kemasan dipengaruhi tiga faktor dari delapan factor yang diteliti. Pengaruh tiga faktor yaitu harga, masalah etika, persepsi kualitas, dan pergantian merek. Setelah itu, empat faktor yang tidak mempengaruhi perilaku pergantian merek dari produk teh dalam kemasan di Yogyakarta yaitu kegalan inti layanan, kegagalan layanan , respon pelanggan terhadap kegagalan pelayanan, tertarik pada pesaing, dan perpindahan tanpa sengaja . Pengujian ini menghasilkan penemuan satu kali semua faktor signifikan bersama-sama mempengaruhi perilaku pergantian merek dari produk teh dalam kemasan di Yogyakarta. Tiga faktor yang disebutkan mampu menjelaskan variable peralihan merek Harga 0,423%, Masalah etika 0,209%, persepsi kualitas 0,318 %

Kata kunci: pergantian merek, varietas pencarian, kegagalan pelayanan inti, kegagalan menemukan pelayanan, masalah etika, ketidaknyamanan, respon karyawan terhadap kegagalan pelayanan, ketertarikan pada pesaing