

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh resistensi konsumen terhadap loyalitas konsumen pada studi kasus perubahan merek Tokobagus menjadi Olx.co.id. Dalam penelitian ini terdapat tiga dimensi dari resistensi konsumen yang digunakan untuk mengetahui pengaruh terhadap loyalitas konsumen yang terdiri dari *postponement*, *rejection*, dan *opposition*. Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik non-probability sampling dengan jumlah responden sebesar 385. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana. Secara parsial hasil penelitian ini menyatakan bahwa dimensi dari resistensi konsumen yaitu *postponement*, *rejection*, dan *opposition* mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Secara simultan hasil penelitian menunjukkan bahwa resistensi konsumen secara keseluruhan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Keyword: Brand Substitution, Loyalitas Konsumen, Resistensi Konsumen.