

ABSTRAK

Persaingan dalam industri telekomunikasi yang *hypercompetition* dan tingkat perpindahan pelanggan (*churn rate*) di Indonesia yang tertinggi dibandingkan dengan negara lain menyebabkan provider kartu GSM Prabayar memberlakukan perang merek yang ternyata mengakibatkan penurunan kualitas layanan provider. simPATI, IM3, dan XL Prabayar adalah provider yang mengalami penurunan kualitas layanan. Namun, ternyata ketiga provider tersebut tetap menjadi *top brand* pilihan pelanggan.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kondisi *brand equity*, kondisi perpindahan merek kartu GSM Prabayar dan seberapa besar *brand equity* berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek pelanggan provider kartu GSM Prabayar di Indonesia tahun 2008-2012 dengan metode pengambilan sample yang digunakan adalah non-probability sampling serta menggunakan teknik purposive sampling, dan analisis jalur (*path analysis*)

Hasil pengolahan data secara simultan variabel *brand equity* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perpindahan merek.

Kata Kunci: *Brand Equity*, Perpindahan Merek, Provider Kartu Prabayar GSM, Analisis Jalur