

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-WOM* negatif, ketidakpuasan, dan kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek pada produk *skincare* Ms Glow baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan *e-WOM* negatif, ketidakpuasan, dan kebutuhan mencari variasi sebagai variabel bebas dan perpindahan merek sebagai variabel terikat.

Sampel pada penelitian ini merupakan para pengguna *skincare* Ms Glow di dalam *autobase* Twitter @ohmybeautybank yang berusia diatas 17 tahun. Data penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disebar ke 100 responden lalu diolah dan dianalisis menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-WOM* negatif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek. Sedangkan ketidakpuasan dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek. Kemudian, secara simultan *e-WOM* negatif, ketidakpuasan, dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek.

Kata kunci: *e-WOM* negatif, kebutuhan mencari variasi, ketidakpuasan, perpindahan merek.