ABSTRAK

PENGARUH *LIFESTYLE, VARIETY SEEKING,* KUALITAS PRODUK, *PROMOTION* DAN *TRUST* TERHADAP *BRAND SWITCHING* PADA PENGGUNAAN *E-WALLET* DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Desta Saputri

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *Lifestyle*, *Variety Seeking*, Kualitas Produk, *Promotion* dan *Trust* Terhadap *Brand Switching* Pada Penggunaan *E-Wallet* Di Bandar Lampung. Hasil penelitian ini akan memberikan pengetahuan yang signifikan bagaimana *brand switching* bisa tercipta melalui *lifestyle, variety seeking*, kualitas produk, *promotion* dan *trust*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* di Bandar Lampung dengan jumlah sampel yang digunakan adalah 100 orang responden. Akumulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari kuesioner dan menggunakan teknik total sampling. Teknik analisis data menggunakan uji instrument, uji asumsi kalisik, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F untuk mengetahui dampak dari masing- masing variabel terhadap *brand switching*. Hasil secara parsial *lifestyle* berpengaruh terhadap *brand switching*, *variety seeking* secara parsial berpengaruh terhadap *brand switching*, kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap *brand switching*, *promotion* secara parsial berpengaruh terhadap *brand switching* dan *trust* secara parsial berpengaruh terhadap *brand* switching. Secara simultan *lifestyle, variety seeking*, kualitas produk, *promotion* dan *trust* berpengaruh terhadap *brand switching* pada penggunaan *e-wallet* di Bandar Lampung.

Kata kunci: Lifestyle,Variety Seeking, Kualitas, Promotion, Trust, E-wallet

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, VARIETY SEEKING, PRODUCT QUALITY, PROMOTION AND TRUST ON BRAND SWITCHING ON THE USE OF E-WALLET IN BANDAR LAMPUNG

By

Desta Saputri

The purpose of this study was to determine the effect of Lifestyle, Variety Seeking, Product Quality, Promotion and *Trust* on Brand Switching as E-Wallet Use in Bandar Lampung. The results of this study will provide significant knowledge on how brand switching can be created through lifestyle, variety seeking, product quality, promotion and trust. The type of data used in this research is quantitative data. The population in this study were e-wallet users in Bandar Lampung with a sample size of 100 respondents. The accumulated data used in this study were primary data from questionnaires and used a total sampling technique. Data analysis techniques used instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test and F test to determine the impact of each variable on brand switching. The results partially affect brand switching lifestyle, variety seeking partially affects brand switching, product quality partially has no effect on brand switching, promotion partially affects brand switching and trust partially affects brand switching. Simultaneously lifestyle, variety seeking, product quality, promotion and trust affect brand switching in the use of e-wallet in Bandar Lampung.

Keywords: Lifestyle, Variety Seeking, Quality, Promotion, Trust, E-wallet