

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BRAND SWITCHING* DARI TOKOPEDIA KE SHOPEE DI INDONESIA

Oleh

WIYAN WIGUNA

Semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis mengakibatkan perusahaan-perusahaan berusaha keras untuk mempertahankan konsumen dan memperoleh konsumen yang baru untuk membeli produknya. Perusahaan-perusahaan tersebut memberdayakan segala fungsi ataupun bidang yang ada, termasuk bidang pemasaran. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan menimbulkan fenomena baru yang terjadi pada konsumen, yaitu adanya perilaku perpindahan merek yang dilakukan oleh konsumen. Shopee dan Tokopedia merupakan perusahaan *E-commerce* yang saling bersaing dalam hal ini. Terjadi perpindahan merek dari Tokopedia ke Shopee. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis mengenai Faktor Yang Mempengaruhi *Brand switching* Dari Tokopedia Ke Shopee Di Indonesia. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat 11 faktor penting yang diperhatikan konsumen dalam melakukan *Brand switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia namun ada Tiga faktor yang paling dominan yaitu persepsi kemudahan (P30), *Rating online* (P18), Mencari variasi (P27).

Kata Kunci : *Brand switching*, persepsi kemudahan (P30), *Rating online* (P18), Mencari variasi (P27).