

# **ANALISIS *BRAND SWITCHING* PENGGUNA *MARKETPLACE* PADA MAHASISWA DI BANDARLAMPUNG**

**(Studi Pada Lazada, Tokopedia, Shopee)**

**Rita Moraita br Sagala**

**20612010053**

## **ABSTRAK**

*Brand Switching* adalah perilaku konsumen yang mencerminkan pergantian dari merek produk yang biasa di konsumsi dengan produk merek lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur persentase perpindahan konsumen khususnya mahasiswa yang berada di Bandar Lampung yang menggunakan Lazada, Tokopedia, Shopee. Jenis penelitian ini adalah Deskriptif yang menggambarkan persentase perpindahan konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang menggunakan Lazada, Tokopedia, Shopee.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Markov Chain*. Dari 18 responden yang menggunakan Lazada terdapat 7 responden yang tetap menggunakan Lazada, 7 responden berpindah ke Tokopedia, 3 responden berpindah ke Shopee, dan 1 responden berpindah ke *Marketplace* lainnya. 17 responden yang menggunakan Tokopedia terdapat 2 responden berpindah ke Lazada, 9 responden yang tetap menggunakan Tokopedia, 5 responden berpindah ke Shopee, dan 1 responden berpindah ke *Marketplace* lainnya. 51 responden yang menggunakan Shopee terdapat 7 responden berpindah ke Lazada, 13 responden berpindah ke Tokopedia, 15 responden yang tetap menggunakan Shopee, dan 16 responden berpindah ke *Marketplace* lainnya. Dari 14 responden yang menggunakan *Marketplace* lain, terdapat 1 responden berpindah ke Lazada, 1 responden berpindah ke Tokopedia, 5 responden berpindah ke Shopee, dan 7 responden yang tetap menggunakan *Marketplace* lain.

**Kata kunci :** *Brand Switching, Markov Chain*