

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, PROMOTION, VARIETY
SEEKING THROUGH BRAND SWITCHING IN ONLINE MARKETPLACE
TOKOPEDIA***

Fiona Juliyati Poetri

Abstract

This study aims to find out how the influence of brand ambassadors, promotions, and variety seeking on brand switching in the Tokopedia online marketplace. This study uses quantitative methods with primary data sources. The population of this study are e-commerce users, one of which is Tokopedia in the Jakarta area and a sample of 100 respondents who were collected using a non-probability sampling technique with purposive sampling type. From the results of data processing with SmartPLS, it can be concluded that brand ambassadors have a positive and significant effect on purchasing decisions of 0.038, promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions of 0.004, and variety seeking has a positive and significant effect on purchasing decisions of 0.015.

Keywords: *Brand Switching, Brand Ambassador, Promotion, Variety Seeking, and Online Marketplace*

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *PROMOTION*, DAN *VARIETY SEEKING*
TERHADAP *BRAND SWITCHING* PADA *ONLINE MARKETPLACE TOKOPEDIA***

Fiona Juliyati Poetri

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh brand ambassador, promotion, dan variety seeking terhadap brand switching pada online marketplace Tokopedia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data primer. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna e-commerce yang salah satunya adalah Tokopedia yang berada di wilayah Jakarta dan sampel sebanyak 100 responden yang dikumpulkan menggunakan teknik non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Dari hasil olah data dengan SmartPLS maka dapat disimpulkan bahwa brand ambassador berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,038, promotion berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,004, dan variety seeking berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,015.

Kata kunci : *Brand Switching, Brand Ambassador, Promotion, Variety Seeking, dan Online Marketplace*