

## ABSTRAK

Lazada merupakan *marketplace* yang populer di Indonesia, namun jumlah kunjungan bulannya terus mengalami penurunan secara signifikan setiap tahunnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana ketidakpuasan konsumen, *variety seeking* dan *brand switching* Lazada di Kabupaten Karawang, mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung ketidakpuasan konsumen dan *variety seeking* terhadap *brand switching* Lazada di Kabupaten Karawang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan populasi masyarakat berdomisili di Kabupaten Karawang yang pernah belanja online di Lazada namun sudah beralih ke *marketplace* lain. Sampel yang diteliti sebanyak 150 responden, sampel diambil menggunakan teknik *non probability* dengan teknik *sampling insidental*. Analisis data menggunakan metode SEM dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen dan *brand switching* berada dalam kategori cukup tinggi, sedangkan *variety seeking* berada dalam kategori tinggi. Ketidakpuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *variety seeking*, *variety seeking* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand switching*, ketidakpuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap *brand switching* dan ketidakpuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap *brand switching* melalui *variety seeking* pada *marketplace* Lazada ke *marketplace* lain di Kabupaten Karawang. Dari hasil penelitian diketahui faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan *brand switching* adalah *variety seeking* dan *variety seeking* mampu memediasi ketidakpuasan konsumen terhadap *brand switching*.

Kata kunci: ketidakpuasan konsumen, *variety seeking* dan *brand switching*

## ABSTRACT

Lazada is a popular marketplace in Indonesia, but the number of monthly visits continues to decrease significantly every year. This research aims to find out how consumer dissatisfaction, variety seeking and brand switching Lazada in Karawang, know the direct or indirect influence of consumer dissatisfaction and variety seeking on Lazada switching brand in Karawang. The method is quantitative with the population of people domiciled in Kabuapten Karawang who have shopped online in Lazada but have switched to other marketplaces. The sample studied as many as 150 respondents, the sample was taken using non probability techniques with incidental sampling techniques. Data analysis using the SEM method with the help of SmartPLS. The results showed that consumer dissatisfaction and brand switching were in a fairly high category, while variety seeking was in the high category. Consumer dissatisfaction has a positive and significant influence on variety seeking, variety seeking has a positive and significant influence on brand switching, consumer dissatisfaction has no significant and positive effect on brand switching and consumer dissatisfaction significantly affects brand switching through variety seeking on Lazada marketplace to other marketplaces in Karawang. From the results of research, it is known that factors that affect consumers doing brand switching are variety seeking and variety seeking is able to mediate consumer dissatisfaction with brand switching.

Keywords: consumer dissatisfaction; variety seeking and brand switching