

PENGARUH *ALTERNATIVE ATTRACTIVENESS*, *PEER GROUP*, *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *E-SECURITY* TERHADAP *INTENTION TO SWITCH* PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* BLIBLI.COM

**NITA ERNAWATI
MANAJEMEN**

ABSTRAK

Penurunan pada jumlah kunjungan perkuartal aplikasi Blibli.com yang terjadi menandakan semakin tingginya persaingan dan kemajuan aplikasi membuat orang cenderung berpindah atau melakukan konversi dari satu *e-commerce* ke *e-commerce* lain. Perpindahan ini dikarenakan hampir semua orang memilih menginstall aplikasi di *handphone* mereka masing-masing yang makin membuat orang cenderung untuk berpindah dari satu *e-commerce* ke *e-commerce* lain. Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh *alternative attractiveness*, *peer group*, *customer satisfaction* dan *e-security* terhadap *intention to switch* pada pengguna *e-commerce* Blibli.com. Populasi dalam penelitian ini tergolong dalam populasi yang tidak terbatas yaitu pengguna *e-commerce* Blibli.com yang ada di Indonesia. Jumlah sampel dari penelitian ini berjumlah 100 responden pengguna *e-commerce* Blibli.com. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Alat uji analisis yang digunakan adalah SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *alternative attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to switch*. *Peer group* tidak berpengaruh terhadap *intention to switch*. *Customer satisfaction* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *intention to switch*. *E-security* tidak berpengaruh terhadap *intention to switch*.

Kata Kunci: *Alternative Attractiveness*, *Peer Group*, *Customer Satisfaction*, *E-Security*, *Intention To Switch*.