

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor - faktor yang mempengaruhi brand switching behavior dari konsumen rokok konvensional ke rokok elektrik (vape) Jenis penelitian yang digunakan adalah explanatory research dengan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di beberapa vape store yang terletak di daerah Kota Jakarta Selatan, tepatnya Rayvapor. Populasi pada penelitian ini adalah anak muda hingga dewasa dengan rentang usia 17-30 tahun di Kota Jakarta Selatan, sampel yang telah memenuhi kriteria sebanyak 128 responden. pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model (SEM)* dengan alat analisis *Smart-PLS*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel gaya hidup secara positif tidak berpengaruh signifikan terhadap brand switching behavior, perspektif harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap brand switching behavior, pengetahuan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap brand switching behavior dari konsumen rokok konvensional ke rokok elektrik (vape).

Kata Kunci : Gaya Hidup, Perspektif Harga, Pengetahuan Produk, *Brand Switching Behavior*



ABSTRACT

The study aims to analyze the factors that affect the brand switching behavior of conventional cigarette consumers to electric cigarettes (vape) the type of research used is the expansion of research with a quantitative method. This research was carried out in some of the vape stores located in the southern jakarta area, Rayvapor, to be exact. The population of this research is young to adulthood with the age of 17 to 30 in the southern jakarta city, A sample that has met the criteria of 128 responders. The approach used in this study is structural equity model (SEM) with smart-pls analysis tools. The results of this study state that the lifestyle variables positively have no significant effect on brand switching behavior, price perspective positively and significantly influences brand switching behavior, product knowledge has a positive and significant influence on brand switching behavior from conventional cigarette consumers to electric cigarettes (vape).

Keywords : *Lifestyle, Price Perspective, Product Knowledge, Brand Switching Behavior*

