

**ANALISIS KEBUTUHAN Mencari VARIASI
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK
(*BRAND SWITCHING*)**

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Disusun Oleh:

Angga Arifuddin Mubarak

NIM. 30401310697

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG**

2017

**ANALISIS KEBUTUHAN Mencari Variasi Terhadap
Keputusan Perpindahan Merek (Brand Switching)**

Disusun Oleh :
Angga Arifuddin Mubarak
Nim : 30401310697

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 5 September 2017

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing



Prof. Dr. Hj. Tatiek Nurhayati, SE, MM

Penguji I



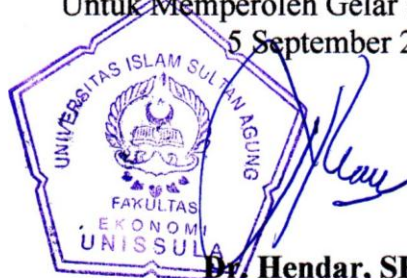
Dra. Hj. Alifah Ratnawati, MM

Penguji II



H. Sri Hartono, SE, Msi

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
5 September 2017



Dr. Hendar, SE, Msi

Ketua Program Studi Manajemen

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Angga Arifuddin Mubarak

Nim : 30401310697

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “**Analisis Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (*Brand Switching*)**” dan diajukan untuk diuji pada tanggal 5 September 2017, adalah hasil karya saya.

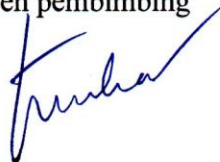
Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat dari penulisan atau pemikiran dari penulis lain, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Saya juga bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Semarang, 5 September 2017

Yang memberi pernyataan,

Dosen pembimbing



Prof. Dr. Hj. Tatiek Nurhayati, MM.



Angga Arifuddin M.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of consumer dissatisfaction, product category characteristics, and competitor advertising on the decision to move the brand with the need to find variations as a moderating variable. The study was conducted in Semarang city and the object of research was Axe perfume. The type of research used is "explanatory research". The sampling technique is done by purposive snowball sampling technique. The number of samples in this study 100 respondents who have used Axe perfume. The method of data analysis used is Regression Analysis moderating with SPSS 16 analytical tool. The results of this study indicate that consumer dissatisfaction (X1), and competitor advertising (X3) has no significant effect on brand switching decision. and only characteristic of product category (X2) which have significant influence on brand switching decision (Y1) and need for variation (X4) can moderate all independent variable that is consumer dissatisfaction, product category characteristic, and competitor advertisement to dependent variable that is brand switching decision. Product category characteristics with moderated need for variation have proven to have the strongest anchor in influencing brand switching decisions

Keywords : *Consumer Dissatisfaction, Product Categori Characteristics, competitor advertising, the need to find variations, and Brand Switching*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan iklan pesaing terhadap keputusan perpindahan merek dengan kebutuhan mencari variasi sebagai variabel *moderating*. Studi dilakukan di kota Semarang dan obyek penelitian adalah parfum Axe. Jenis penelitian yang digunakan adalah “*eksplanatory research*”. Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *purposive snowball sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini 100 responden yang pernah menggunakan parfum Axe. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi moderating dengan alat analisis SPSS 16. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen (X1), dan iklan pesaing (X3) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perpindahan merek. dan hanya karakteristik kategori produk (X2) yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek (Y1) dan kebutuhan mencari variasi (X4) mampu memoderasi semua variabel bebas yaitu ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan iklan pesaing terhadap variabel terikat yaitu keputusan perpindahan merek. Karakteristik kategori produk dengan dimoderasi kebutuhan mencari variasi terbukti mempunyai pengaruh paling kuat dalam mempengaruhi keputusan perpindahan merek.

Kata Kunci : Ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, iklan pesaing, kebutuhan mencari variasi dan keputusan perpindahan merek.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Hiduplah seperti engkau akan mati esok hari, dan menuntut ilmulah sekan kau hidup selamanya.

Persembahan:

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karya ini saya persembahkan untuk:

- Ayahanda Moch. Khusnan Ma'ruf dan Ibunda Insiyati yang tercinta yang telah tulus membesarkan dengan ikhlas serta senantiasa memberikan dukungan serta doa, kasih sayang untuk mendampingiku disetiap langkahku menuju cita-cita.
- Pembimbing Skripsi Prof. Dr. Hj. Tatiek Nurhayati, SE. MM yang selalu memberikan bimbingan, motivasi, pengarahan, dan saran yang sangat berguna bagi saya.
- Semua keluargaku dan kakak dan adik tercinta yang selalu mendukung, mendoakan, serta membantuku disetiap langkahku.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbilaalaamin, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat hidayah-Nya serta senantiasa memberikan petunjuk, dorongan serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “**Analisis Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek (*Brand Switching*)**”

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat kelulusan Program Strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, motivasi, bimbingan serta saran dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Hj. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unissula Semarang.
2. Dr. Hendar, SE, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unissula Semarang.
3. Ibu Siti Sumiati, SE. MSi selaku Wali Dosen di Fakultas Ekonomi Unissula Semarang.
4. Prof. Dr. Hj. Tatiek Nurhayati, SE. MSi selaku dosen pembimbing yang tidak pernah berhenti meluangkan waktunya untuk memberikan ilmu, motivasi, pengarahan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Seluruh bapak ibu dosen dan staff Fakultas Ekonomi Unissula atas ilmu yang bermanfaat, kerja sama dan bantuan selama menempuh perkuliahan di Fakultas Ekonomi Unissula Semarang.

6. Bapak dan Ibu yang selalu memberikan seluruh doa, perhatian, tenaga, kasih sayang dan juga materi yang tidak terhingga.
7. Teman spesial, anita tri utami yang telah menemani dan selalu mendukung saya.
8. Sahabat terbaik akbar, Rizqy, noval, andi, nanda, jodi, seto, yang saling membantu dalam menyelesaikan tugas serta amanah yang sangat berarti ini.
9. Teman diskusi akbar, seto, wulan dan lastri.
10. Sahabat SOML yang telah berkontribusi dalam mengindahkan masa perkuliahan.
11. Teman-teman angkatan 2013/2014, Manajemen A dan Pemasaran 2016 Fakultas Ekonomi Unissula.
12. Organisasi sekaligus keluarga kedua di Fakultas Ekonomi HMJ Manajemen dan DPM.
13. Semua pihak yang telah mendukung terselesaikannya skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini.

Karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 11 September 2017

Penulis,

Angga Arifuddin Mubarak

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	Angga Arifuddin Mubarak
NIM	30401310697
Program Studi	Manajemen
Fakultas	Ekonomi
Alamat Asal	Jl. Ronggo Kusumo Rt. 04 / Rw 02 Sekarjalak Margoyoso Pati
No. HP / Email	081225919512 / angga.arifuddin@gmail.com

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi~~* dengan judul
Analisis Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Brand Switching)

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 2 Oktober 2017

Yang menyatakan



Angga Arifuddin Mubarak

*Coret yang tidak perlu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 ujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Ketidakpuasan Konsumen.....	11
2.1.2 Karakteristik Kategori Produk.....	13
2.1.3 Iklan Pesaing.....	14
2.1.4 Kebutuhan Mencari Variasi.....	16
2.1.5 Perpindahan Merek.....	18

2.2	Variabel Penelitian dan Pengembangan Hipotesis.....	20
2.2.1	Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perilaku Perpindahan Merek.....	20
2.2.2	Pengaruh Karakteristik Kategori Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek	20
2.2.3	Pengaruh Iklan Pesaing terhadap Keputusan Perpindahan Merek.....	21
2.2.4	Kebutuhan Mencari Variasi Memoderasi Hubungan Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk dan Iklan Pesaing terhadap Keputusan Perpindahan Merek.....	22
2.3	Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian.....	25
3.2	Populasi dan Sampel	25
3.2.1	Populasi.....	25
3.2.2	Sampel.....	25
3.3	Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	27
3.3.1	Sumber Data dan Jenis Data.....	27
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4	Variabel dan Indikator.....	30
3.5	Metode Analisis Data.....	31
3.5.1	Uji Validitas.....	31
3.5.2	Uji Reliabilitas	32
3.6	Uji Asumsi Klasik	32
3.6.1	Uji Normalitas	32
3.6.2	Uji Multikolinearitas	32
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	33

3.7	Pengujian Hipotesis.....	34
3.7.1	Analisis Regresi Moderating	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Gambaran Umum Responden	36
4.1.1	Institusi Responden.....	36
4.1.2	Usia Responden.....	36
4.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	37
4.2.1	Variabel Ketidakpuasan Konsumen (X_1)	38
4.2.2	Variabel Karakteristik Kategori Produk (X_2)	39
4.2.3	Variabel Iklan Pesaing (X_3).....	40
4.2.4	Variabel Kebutuhan Mencari Variasi (X_4).....	41
4.2.5	Perpindahan Merek (Y).....	43
4.3	Analisis Hasil Penelitian	44
4.3.1	Uji Validitas.....	44
4.3.2	Uji Reliabilitas	45
4.4	Uji Asumsi Klasik	46
4.4.1	Uji Normalitas.....	46
4.4.2	Uji Multikolinearitas	46
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	47
4.5	Analisis Regresi Moderating.....	48
4.6	Pengujian Hipotesis.....	51
4.7	Pembahasan.....	54
4.7.1	Pengaruh Ketidapuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek.....	54
4.7.2	Pengaruh Karakteristik Kategori Produk Terhadap Perpindahan Merek.....	54

4.7.3	Pengaruh Iklan Pesaing Terhadap Perpindahan Merek	55
4.7.4	Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi dalam Memoderasi Hubungan Ketidakpuasan, Karakteristik Kategori Produk dan Iklan Pesaing Terhadap Perpindahan Merek.....	56
BAB V PENUTUP		58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran.....	60
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang..	61
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN		66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Pangsa Pasar <i>Body Cologne</i> (Pria).....	3
Tabel 1. 2.	<i>Research Gap</i>	6
Tabel 3.1	Indikator Penelitian.....	30
Tabel 4.1.	Nama Institusi Responden	36
Tabel 4.2.	Usia Responden	37
Tabel 4.3.	Tanggapan Responden Tentang Variabel Ketidakpuasan Konsumen (X_1)	38
Tabel 4.4.	Tanggapan Responden Tentang Variabel Karakteristik Kategori Produk (X_2)	39
Tabel 4.5.	Tanggapan Responden Tentang Variabel Iklan Pesaing (X_3 ..)	41
Tabel 4. 6.	Tanggapan Responden Tentang Variabel Kebutuhan Mencari Variasi (X_4)	42
Tabel 4.7.	Tanggapan Responden tentang Variabel Keputusan Perpindahan Merek (Y)	43
Tabel 4.8.	Uji Validitas.....	44
Tabel 4.9.	Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.10	Uji Normalitas.....	46
Tabel 4.11	Multikolinearitas	47
Tabel 4.12.	Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4. 13	Hasil Perhitungan Regresi Moderating.....	49
Tabel 4.14	Koefisien Determinasi	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	23
---------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden	70
Lampiran 3. Hasil Olah Data SPSS	74