

## INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek, selain itu dalam penelitian ini juga dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dengan moderasi kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah masyarakat Yogyakarta pengguna Ponsel yang minimal telah menggunakan ponsel selama 3 tahun atau lebih, responden diminta untuk menjawab kuesioner yang di berikan peneliti secara langsung. instrumen penelitian yang digunakan didasarkan pada kuesioner yang telah digunakan oleh Junaedi (2000) dengan modifikasi dari peneliti. Pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek, dan juga pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dengan moderasi kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Junaedi dan Dharmmesta (2000).

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek, selain itu dalam penelitian ini juga dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dengan moderasi kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek dengan arah pengaruh positif dan signifikan, namun dengan digunakannya kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk terhadap keputusan perpindahan merek ternyata pengaruhnya melemah walaupun arah pengaruhnya tetap positif dan signifikan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek konsumen ponsel semakin tidak puas konsumen, semakin banyak karakteristik kategori produk dan semakin tinggi kebutuhan mencari variasi konsumen ponsel maka keputusan melakukan perpindahan merek semakin tinggi pula.

Kata kunci: Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Kebutuhan

## **Abstraction**

This research is done to identify influence unsatisfaction consumer, product category characteristic and need looks for variation towards brand transfer decision, besides in this research also done to identify influence unsatisfaction consumer, product category characteristic with moderation requirement looks for variation to brand transfer decision. Subjek research in this research is society jogjakarta minimal's handphone's user use handphone during three year or more, respondent is asked to answers quisioner that given by researcher directly. Research's instrument that used to based in quisioner that used by Junaedi (2000) with modification from researcher. Unsatisfaction's influence consumer, characteristic category product, and need looks for variation towards brand transfer decision and also influence unsatisfaction consumer, characteristic category product with moderation need looks for variation towards brand transfer decision threatens in previous research that is done by Junaedi and Dharmmesta (2000).

Research's result shows influence's existence unsatisfaction consumer, product category characteristic and need looks for variation towards brand transfer decision, besides in this research also done to identify influence unsatisfaction consumer, product category characteristic with moderation need looks for variation towards brand transfer decision with positive influence's direction and significant, but with used it need looks for variation as variable moderation influence unsatisfaction consumer, product category characteristics towards brand transfer decision apparently the influence is debilit although positive permanent the influence's direction and significant. Based on reaserch's result, unsatisfaction consumer, product category characteristic and need looks for variation influential towards handphone's brand transfer decision, more not satisfied consumer more and more the product's category characteristics and need excelsior looks for handphone consumer variation so decision does also excelsior brand transfer.

**Key Word:** unsatisfaction is consumer, product category characteristic, requirement