

Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi, khususnya ponsel, bersaing penjualan. Persaingan antara perusahaan dipicu karena persaingan teknologi yang semakin cepat dalam segala bidang. Perusahaan besar yang mendominasi pasar ponsel di Indonesia yaitu Nokia, Siemens, Samsung, dan Ericsson. Keempat perusahaan ini menguasai pangsa pasar Indonesia. Kompetensi keempat perusahaan ini telah mampu mempertahankan kontinuitas penjualan dalam beberapa dekade terakhir ([www..detik.com](http://www.detik.com)). sehingga keempatnya saat ini tetap menjadi *leader* industri ponsel.

Dalam upaya meningkatkan pelayanan kepada konsumen, perusahaan tidak hanya menyediakan barang atau produk yang lebih baik dengan harga yang terjangkau atau murah, tetapi juga kualitas dari barang atau produk tersebut dapat dipercaya. Dalam hal ini diperlukan adanya integrasi dari perusahaan itu agar pemasarannya tercapai dengan baik yaitu konsumen akan terpenuhi kebutuhannya.

Setiap individu cenderung mempunyai keinginan yang berbeda dengan orang lain. Jadilah tuntutan diversitas produk tinggi dan semakin singkatnya daur hidup sebuah produk sebagai akomodasi keinginan yang terus berubah. Konsumen semakin canggih menciptakan impiannya dan memaksa setiap pengelola merek giat menangkapnya. Ekuitas merek sangat penting bagi pemasar dan tingkat loyalitas merek dari pelanggan menjadi pendukung

... (Baker, 1992). Oleh karena itu perusahaan

dalam pemilihan merek produk, hal ini juga berpengaruh pada perilaku purna jual produk. Karakteristik konsumen yang produktif lebih cenderung menyukai tantangan, kritis bahkan senang dengan hal-hal baru, perilaku semacam ini rentan memicu perpindahan merek dan tidak loyal pada merek tertentu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek Ponsel, penelitian ini mereplikasi riset yang pernah dilakukan oleh Junaedi (2002) tetapi pada setting yang berbeda yaitu pemilihan pada merek ponsel.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka penelitian ini dibatasi dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Setting penelitian ini adalah pemilihan merek ponsel.
2. Subjek penelitian yang digunakan adalah konsumen yang berada di kota Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ketidakpuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap

2. Apakah karakteristik kategori produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perpindahan merek ponsel?
3. Apakah kebutuhan mencari variasi berpengaruh secara signifikan keputusan perpindahan merek ponsel?
4. Apakah kebutuhan mencari variasi ketidakpuasan konsumen dengan moderasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perpindahan merek?
5. Apakah karakteristik kategori produk dengan moderasi kebutuhan mencari variasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perpindahan merek?

D. Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan perpindahan merek ponsel.
2. Menguji pengaruh karakteristik kategori produk terhadap keputusan perpindahan merek ponsel.
3. Menguji pengaruh kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek ponsel
4. Menguji pengaruh kebutuhan mencari variasi ketidakpuasan konsumen dengan moderasi terhadap keputusan perpindahan merek
5. Menguji pengaruh karakteristik kategori produk dengan moderasi kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara praktis maupun teoritis.

1. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman disamping untuk menerapkan ilmu selama dibangku kuliah yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Bagi produsen

Hasil penelitian ini setidaknya dapat digunakan untuk memperkirakan pengambilan keputusan pembelian ponsel yang dilakukan oleh konsumen yang dipengaruhi oleh ketidakpuasan.

2. Manfaat teoritis

Dalam teoritis diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang relevan dengan masalah

tersebut, yaitu ketidakpuasan konsumen karakteristik kategori