

**ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN MEREK
PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI
DI KOTA YOGYAKARTA**

*Behaviour Analyze Of The Changing Brand Product Choosing
Of Fast Food In Yogyakarta*

SKRIPSI



Oleh

HERRY

20050410073

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2008**

**ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN MEREK
PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI
DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Oleh
HERRY
20050410073

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2008**

SKRIPSI
ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN MEREK
PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI
DI KOTA YOGYAKARTA

Diajukan oleh

HERRY
20050410073

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing 1

Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si
NIK : 143 058

Tanggal, Juli 2008

SKRIPSI
ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN MEREK
PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI
DI KOTA YOGYAKARTA

Diajukan Oleh

HERRY
200050410073

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 19 September 2008
Yang terdiri dari

Hj. Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji

Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Drs. Edi Supriyono M.M.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK: 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Herry

Nomor Mahasiswa : 20050410073

menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN MEREK PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI DI KOTA YOGYAKARTA” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 15 Juli 2008

Herry

HALAMAN MOTTO

- *Sesungguhnya Allah SWT tidak akan merubah nasib suatu kaum, sampai mereka mengubahnya sendiri (Q.S. Ar Ra'du Ayat 11)*

- *Segala sesuatu tidaklah sesulit yang kita lihat, segala sesuatu lebih menguntungkan dari yang kita duga, dan jika ada kemungkinan berhasil, maka hal itu akan benar-benar terjadi dan pada saat yang terbaik. (Hukum Murphy).*

- *Berusahalah bukan menjadi orang yang sukses melainkan orang yang berharga (Albert Einstien).*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teriring Do'a dan puji syukur kepada-Nya kupersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang telah berjasa sehingga tercapainya Gelar Sarjana Ekonomi Ini:

- *(Alm) Ayahandaku dan Ibundaku tercinta yang tidak bosan dan henti-hentinya selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan kasih sayangnya kepadaku*
- *Abangku Didi yang kuhormati yang selalu memberikan motivasi dan semangat yang sangat berguna dan (Alm) adikku Haikal yang paling kusayangi.*
- *Keluargaku yang ada di Jakarta, Om din, Tante Rja, Cek Na dan Om Munzir yang selalu mendukung dan memberiku semangat selama ini.*
- *Seluruh keluargaku yang ada di Aceh.*

Terima kasih atas dukungan dan do'a semua sehingga terselesaikannya skripsi ini.

INTISARI

Pada penelitian ini, peneliti ingin menganalisa bagaimana pengaruh variabel penetapan harga, kondisi ketidakenakan, kegagalan inti layanan, mengalami kegagalan layanan, kegagalan respon karyawan dalam memberikan layanan, daya tarik pesaing, masalah etika dan perpindahan tanpa sengaja terhadap perilaku perpindahan merek. Obyek pada penelitian ini adalah makanan cepat saji Mc.Donald's, Kentucky Fried Chicken (KFC), Texas Fried Chicken dan A&W American Family sedangkan subyeknya adalah konsumen yang pernah melakukan perpindahan merek dari produk makanan cepat saji tersebut yang ada di kota Yogyakarta. Metode pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan metode purposive sampling. Untuk memperoleh data peneliti menyebarkan kuesioner ke responden dan jumlah responden yang bisa dikumpulkan oleh peneliti sebesar 111 orang. Alat analisis yang dipakai didalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini diketahui bahwa adanya pengaruh secara keseluruhan dari variabel penetapan harga, kondisi ketidakenakan, kegagalan inti layanan, mengalami kegagalan layanan, kegagalan respon karyawan dalam memberikan layanan, daya tarik pesaing, masalah etika dan perpindahan tanpa sengaja terhadap perilaku perpindahan merek. Sedangkan hasil pengujian secara satu persatu diketahui bahwa variabel penetapan harga, kondisi ketidakenakan, kegagalan inti layanan, mengalami kegagalan layanan, kegagalan respon karyawan dalam memberikan layanan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku perpindahan merek sedangkan daya tarik pesaing, masalah etika dan perpindahan tanpa sengaja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku perpindahan merek. Uji koefisien determinan menunjukkan bahwa 88,9 % perilaku perpindahan merek dapat di jelaskan oleh variabel penetapan harga, kondisi ketidakenakan, kegagalan inti layanan, mengalami kegagalan layanan, kegagalan respon karyawan dalam memberikan layanan, daya tarik pesaing, masalah etika dan perpindahan tanpa sengaja sedangkan sisanya sebesar 11,1 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Sedangkan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap perilaku perpindahan merek adalah variabel penetapan harga.

Kata Kunci: Makanan cepat saji, penetapan harga, kondisi ketidakenakan, kegagalan inti layanan, mengalami kegagalan layanan, kegagalan respon karyawan dalam memberikan layanan, daya tarik pesaing, masalah etika dan perpindahan tanpa sengaja dan perpindahan merek.

ABSTRACT

In this research, researcher wants to analyze to how price variable inconvenience, core service failure, service encounter failure, employee responses to service failure, attraction by competitor, ethical problem, and involuntary switching towards brand switching behavior. Object in this research fast food is Mc. Donald's, Kentucky Fried Chicken (KFC), Texas Fried Chicken and A&W American Family while the subject consumer ever do brand switching from fast food product exist in Yogyakarta city. Sample taking method that worn in this research uses method purposive sampling. To get researcher data distributes questioner to respondent and respondent total that can be gathered by researcher as big as 111 people. Analyzer that worn insides this research doubled linear regression.

From testing result that done in this research has been known that influence existence as a whole from price variable, inconvenience, core service failure, service encounter failure, employee responses to service failure, attraction by competitor, ethical problem and involuntary switching towards brand switching behavior. While testing result according to one by one known that price variable, inconvenience, core service failure, service encounter failure, employee responses to service failure according to significant towards brand switching behavior while attraction by competitor, ethical problem and involuntary switching not influential according to significant towards brand switching behavior. Determinant coefficient test show that 88,9 % brand switching behavior can at explain by condition price variable inconvenience, core service failure, service encounter failure, employee responses to service failure, attraction by competitor, ethical problem and involuntary switching while the rest as big as 11,1 % influenced by variables other outdoor these research. While influential variable dominant test towards brand switching behavior price variable.

Keyword: *Fast food, price, inconvenience, core service failure, service encounter failure, employee responses to service failure, attraction by competitor, ethical problem, involuntary switching and brand switching.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT beserta Rasul dan para Malaikatnya dengan limpah rahmat Nya semata hingga terselesaikannya penulisan skripsi berjudul "ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN MEREK PRODUK MAKAN CEPAT SAJI DI KOTA YOGYAKARTA" Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuannya. Penulis menyadari bahwa segala usaha yang dilakukan tidak terwujud tanpa bantuan semua pihak. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Sri Handari Wahyuningsih, S.E.,M.Si. selaku Kepala Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Ika Nurul Qamari, S.E.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Bapak dan Ibu dosen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

5. Bapak dan Ibu karyawan/karyawati pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Sahabat-sahabatku Manajemen UMY 04, Jam's, Pram, Polo, Bowo, Uji, Bonding, Tiwi, Eka, Sari, Ance selalu ada canda tawa dan kisah-kisah lucu bersama kalian.
7. Anak-anak kost Amsa 211, Ahab, Barens, Fany, Agus, Uus, Dudun, Roby, Agung terima kasih atas perhatian dan dukungannya selama ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga amal kebaikan dan bantuan tersebut akan memperoleh balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya meskipun telah berusaha sekuat tenaga, namun disebabkan adanya keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang di miliki maka skripsi ini masih banyak kekurangannya, maka dari itu penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 15 Juli 2008

Penulis,

Herry

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Masalah.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Perilaku Konsumen.....	6
B. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	8
C. Merek.....	10
D. Konsep Loyalitas Pelanggan.....	13
E. Kepuasan Pelanggan.....	14
F. Perpindahan Merek.....	15
G. Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
H. Hipotesis Penelitian.....	18
I. Model Penelitian.....	24

BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	25
B. Jenis Data.....	25
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	25
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	26
F. Uji Kualitas Data.....	30
G. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	38
B. Uji Kevalidan Data.....	41
C. Uji Hipotesis dan Teknik Analisis Data.....	45
D. Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	64
C. Keterbatasan.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

4.1 Hasil Kuesioner.....	38
4.2 Umur Responden.....	39
4.3 Jenis Kelamin Responden.....	40
4.4 Pekerjaan Responden.....	40
4.5 Hasil Uji Validitas.....	41
4.6 Uji Reliabilitas.....	43
4.7 Analisis Regresi Berganda.....	46
4.8 Uji t.....	51
4.9 Uji F.....	54
4.0 Koefisien Determinan.....	55

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Perilaku Pembelian.....	6
2.2 Model Penelitian.....	24