

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK  
KATEGORI PRODUK DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MERK**

**SKRIPSI**

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



Disusun oleh:

**Annisa Setiawati**  
2000 041 0316

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2006**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK**  
**KATEGORI PRODUK DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MERK**



Diajukan oleh

**ANNISA SETIAWATI**  
2000 041 0316

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Supriyadi', is written over a large, empty oval shape that serves as a placeholder for a stamp or seal.

Drs. Supriyadi, MM  
NIK :143 010


Tanggal 25 Maret 2006

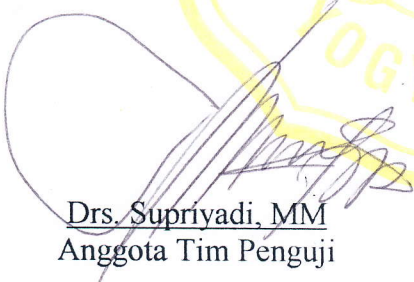
**SKRIPSI**  
**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK**  
**KATEGORI PRODUK DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MERK**


Diajukan oleh

ANNISA SETIAWATI  
2000 041 0316

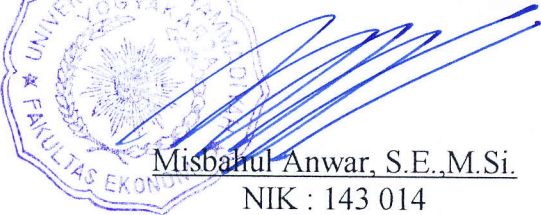
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 24 April 2006  
Yang terdiri dari

  
Rita Kusumawati, S.E., M.Si.  
Ketua Tim Penguji

  
Drs. Supriyadi, MM  
Anggota Tim Penguji

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

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
Misbahul Anwar, S.E., M.Si.  
NIK : 143 014

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini 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 ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pusaka.

Yogyakarta, .....2006

**Annisa Setiawati**

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

➤ Hanya penderitaan hidup yang mengajarkan manusia untuk menghargai kebahagiaan dan kebaikan serta kebagusan hidup

(Hadits)

➤ Berapa kali anda gagal dalam kehidupan ini tidak begitu penting, tetapi apakah anda puas dengan terbaring pada kegagalan anda? Jika tidak, maka bangkitlah dan coba lagi.

(Abraham Lincoln)

➤ Hendaklah kita belajar untuk ridha terhadap apapun yang Allah kehendaki terjadi kepada kita dan menjauhi sikap merana juga meratapi kejadian tersebut. Kita sebaiknya menghindari perkataan yang tidak berguna seperti: "Kenapa..... kenapa..... ini terjadi?", sebab hal ini tidak akan menolong mengatasi persoalan.

(K.H. Abdullah Gymnastiar)

Kupersembahkan kepada:

Bapak dan Mamah tercinta yang telah memberikan kasih sayang, dorongan dan do,anya selama ini.

Kakak-kakak ku, keponakan-keponakan ku, nenekku yang memberikan kasih sayang dan do,anya

Aa tersayang yang telah memberikan motivasi dan dorongan selama ini

Almamaterku

## UCAPAN TERIMA KASIH

- Kepada ALLAH SWT yang telah memberikan segala rahmat dan karunianya hingga aku menjadi seperti sekarang ini
- Untuk Yang Tercinta BAPAK dan MAMAH yang telah membimbing, memberikan Kasih sayang, mendo'akan, memberi nasehat, semangat, dorongan dan segalanya hingga aku bisa menjadi seperti ini
- Buat Tete Anna, Aa Iman, Teh Ati dan kakak-kakak iparKu makasih atas segala kasih sayang, dorongan, dan doanya
- Untuk yang Tersayang NENEKku yang selalu mendo'akan, dan memberi nasehat
- Buat keponakan-keponakanku tersayang yang bisa memberikan semangat, membuatku tersenyum dengan segala kepalosan dan tingkah laku moga kalian semua menjadi orang yang sukses suatu saat nanti!!!
- Teruntuk Yang kucintai, kusayangi, yang buat aku tertawa, menangis, menemani setiap langkah dan hari-hariku dan telah menjadi bagian dalam hidupku. "DAYAT HIDAYAT" makasih banyak atas dorongan, perhatian dan kasih sayang, dan doanya selama ini, walau kadang galak dan nyebelin *perasanku tak pernah berubah padamu!!!*
- Untuk seluruh keluarga besarKU yang telah memberikan doa dan dukungannya
- Buat Oya (ad-ku) makasih Ya bantuannya
- Bang Yudi (yos) makasih atas bantuannya edit skripsi sampe pagi!!! GOOD LUCK
- Dila, moga kau capai apa yang kau cari!!!

- Dwi, Irma, Aziz, Oecup, Cahyo dan anak-anak PARMA N2000  
SEMANGAT
- Eks Anak-anak kost 361 yang telah memberikan kebahagiaan  
dan kesedihan SUKSES YA !!!
- Eks Anak-anak kost 33 makasih banyak ya !!!
- Oemar Bakri ( Bang Dedi) moga cepet laku !!!
- Buat semua yang aku kenal atas segalanya.

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara serentak dan parsial pengaruh dari ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merk pada konsumen pengguna shampo dan sabun mandi. Pendekatan perpindahan merk dapat membantu dalam memecahkan masalah dan pengambilan keputusan yang berhubungan dengan loyalitas terhadap suatu merk. Besar sampel adalah 100 responden, yang dianggap telah cukup mewakili penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan "Purposive Sampling". Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, analisis regresi secara serentak, analisis regresi secara parsial dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan perpindahan merk pada konsumen pengguna shampo dan sabun mandi dapat dipengaruhi oleh variabel ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi. Hasil lainnya menunjukkan bahwa variabel ketidakpuasan konsumen mempunyai pengaruh yang paling dominan dalam keputusan perpindahan merk, maka dapat disimpulkan bahwa variabel ketidakpuasan tersebut memperkuat hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.

**Kata Kunci :** perpindahan merk, ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, kebutuhan mencari variasi



## ABSTRACT

### **The Effect of Unsatisfying Consumer, Characteristic for Product Category and Need to Find Out Variation on Brand-Changing Decision**

This research aimed to test simultaneously and partially the effect of Unsatisfying Consumer, Characteristic for Product Category and Need to Find Out Variation on Brand-Changing Decision for shampoo and soap user. Brand-Changing approach can help in resolving the problem and taking decision related to royalty for a brand. Number of sample was 100 respondents, supposed to represent the research. Technique of taking sample used Purposive Sampling. Analysis model used in this research was multiple linear regression, simultaneous and partial regression analysis, and test for coefficient of determination.

Result of research showed that brand-changing decision for shampoo and soap user could be influenced by unsatisfying consumer variable, characteristic for product category and need to find variation out. The other result indicated that unsatisfying consumer variable had most dominant effect on brand-changing decision, then it could be concluded that unsatisfying variable strengthened relationship between independent variable and dependent one.

**Keywords:** *brand changing, unsatisfying consumer, characteristic for product category, need to find variation out*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Segala puji dan syukur penulis Panjatkan atas kehadiran Allah SWT pemilik segala ilmu pengetahuan dan penguasa alam semesta beserta isinya. Tidak lupa shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW beserta para sahabat beliau. Atas berkah dan hidayah Allah SWT serta kebesaran-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merk". Untuk melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi strata 1 (S1) jurusan manajemen , Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Skripsi ini penulis selesaikan dengan usaha, bantuan, bimbingan dan dorongan dari semua pihak. Sehingga sepantasnya penulis pada kesempatan yang berbahagia ini untuk menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Munjiati Munawaroh S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
3. Bapak Supriyadi Drs,MM selaku Dosen Pembimbing Sripsi, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran dan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga amal kebaikan yang telah di berikan mendapatkan balasan dari Allah SWT Amien.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan pikiran bagi siapa saja yang memerlukannya.

*Wassalammualaikum Wr.Wb*

Yogyakarta, April 2006

Penulis

Annisa Setiawati

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	vi
<b>INTISARI</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Batasan masalah .....	6
D. Tujuan penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
A. Landasan Teori .....	8
1. Pengertian Loyalitas Merk .....	8
2. Fungsi Loyalitas Merk .....	9
3. Konsep Loyalitas Pelanggan .....	10
4. Hubungan Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik	

Kategori Produk dan Kebutuhan Mencari Variasi .....	12
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	13
C. Hipotesis .....	14
D. Model Penelitian .....	14
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
A. Subyek Penelitian .....	16
B. Teknik Pengambilan Sampel .....	16
C. Jenis Data .....	17
D. Teknik Pengumpulan Data .....	17
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	18
F. Analisis Data .....	19
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	20
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>24</b>
A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian .....	24
B. Uji Kevalidan Instrumen .....	30
C. Hasil Penelitian .....	33
D. Pembahasan (Interpretasi) .....	41
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN dan KETERBATASAN PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Simpulan .....	43
B. Saran .....	45
C. Keterbatasan Penelitian .....	46

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

### Tabel

4.1. Karakteristik Responden Shampo Clear Berdasarkan Jenis Kelamin .....	25
4.2. Karakteristik Responden Shampo Clear Berdasarkan Usia .....	25
4.3. Karakteristik Responden Shampo Clear Berdasarkan Pekerjaan .....	26
4.4. Karakteristik Responden Shampo Clear Berdasarkan Penghasilan .....	26
4.5. Karakteristik Responden Sabun Mandi Lux Berdasarkan Jenis Kelamin .....	27
4.6. Karakteristik Responden Sabun Mandi Lux Berdasarkan Usia .....	28
4.7. Karakteristik Responden Sabun Mandi Lux Berdasarkan Pekerjaan .....	28
4.8. Karakteristik Responden Sabun Mandi Lux Berdasarkan Penghasilan .....	29
4.9. Hasil Pengujian Validitas Shampo Clear .....	31
4.10. Hasil Pengujian Validitas Sabun Mandi Lux .....	31
4.11. Hasil Pengujian Reliabilitas Shampo Clear .....	33
4.12. Hasil Pengujian Reliabilitas Sabun Mandi Lux .....	33

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

2.1 Model Penelitian .....	15
----------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

Daftar Pertanyaan Responden Shampo Clear .....	48
Data dan Karakteristik Responden Shampo Clear .....	53
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Shampo Clear .....	58
Hasil Pengujian Shampo Clear .....	62
Daftar Pertanyaan Responden Sabun Mandi Lux .....	63
Data dan Karakteristik Responden Sabun Mandi Lux .....	70
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sabun Mandi Lux .....	74
Hasil Pengujian Sabun Mandi Lux .....	79