

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen pengguna pasta gigi *Pepsodent*.

Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Masyarakat kec. Moyudan kab. Sleman. Sedangkan obyek penelitiannya adalah pasta gigi *Pepsodent*. Tehnik pengambilan sampel menggunakan metode "Purposive Sampling". Besar sampel yang digunakan adalah 120 responden, yang dianggap telah cukup mewakili penelitian.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, dan uji regresi linear berganda dengan efek moderator

Hasil penelitian menunjukkan untuk hasil uji secara serentak sebelum termoderasi variabel ketidakpuasan konsumen dan karakteristik kategori produk secara bersama – sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perpindahan merek, dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sedangkan uji serentak setelah dimoderasi, variabel ketidakpuasan konsumen dan karakteristik kategori produk yang dimoderasi oleh kebutuhan mencari variasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perpindahan merek dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Untuk hasil uji secara parsial untuk variabel ketidakpuasan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perpindahan merek dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel karakteristik kategori produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perpindahan merek dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel kebutuhan mencari variasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perpindahan merek dengan nilai signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$. Sedangkan untuk uji regresi linear berganda dengan efek moderator diperoleh hasil *adjusted R²* tidak termoderasi sebesar $0,590 > adjusted R^2$ termoderasi sebesar $0,353$, maka dapat dikatakan bahwa variabel kebutuhan mencari variasi tidak berperan sebagai variabel moderator karena terjadi penurunan pada *adjusted R²*

Kata Kunci: perpindahan merek, ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori