

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK
KATEGORI PRODUK, DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DETERGEN**

(Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

SKRIPSI



Oleh

**SRI HANDAYANI
20010410288**

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

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

(Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

SKRIPSI

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



Oleh

**SRI HANDAYANI
20010410288**

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI
PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK
KATEGORI PRODUK, DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DETERGEN
(Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)



Telah disetujui oleh
Dosen Pembimbing

Muhammad M. M. S. S. M. S.

Tanggal 7 Oktober 2005

MOTTO

- **"Hal orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan dengan sabar dan sholat, sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar"**

(Q.S. Al-Baqarah : 152)

- **"Jika Allah menolong kamu, maka tak adalah orang yang dapat mengalahkan kamu"**

(Q.S. Ali 'Imran : 160)

- **"Jangan kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati; padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman"**

(Q.S. Ali 'Imran : 139)

- **"Kerendahan hati, itulah sesungguhnya yang akan membuat diri kita tampak jauh lebih indah daripada asesoris dunia yang dimiliki, lebih berharga, lebih terhormat, dibanding harta atau kedudukan apapun yang dimiliki"**

- **"Jika sudah semakin yakin bahwa kemuliaan sejati hanya datang dari Allah semata, terlepas ada ataupun tiada "dunia" yang dititipkan, ditambah keyakinan mendalam bahwa semua harta yang ada adalah total milik Allah semata, yang dititipkan sejenak saja, maka tak ada lagi kesempatan untuk menjadi sombong, takabur, ataupun pamer"**

(AA. Gym)

- **"Jangan berjalan dibelakangku karena aku bukan pemimpinmu dan jangan pula berjalan didepanku karena belum tentu aku mau jadi pengikutmu. Namun berjalanlah disisiku dan jadilah sahabatku"**

(Albert Camus)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya kecil ini untuk:

- 1. Bapak dan Ibu tersayang*
- 2. Kakak-kakakku dan Keluarga besarku tercinta*
- 3. Teman-temanku seperjuangan skripsi*
- 4. Almamaterku*

Special thank's to:

◆ Bapak dan Ibuku tercinta yang selalu membimbingku dengan penuh kasih sayang, makasih do'a dan dukungannya.

◆ Kakak2 ku tersayang mba uma, mas pran, mas wahc, mas woto, mas

Yono, mba sri, makasih...h banget atas do'a dan dukungannya.

◆ Keluarga besarku maturnuwun sanget do'a dan dukungannya, pak suhud,

mas eko, mba turiah, mba utami dan pondanz ku tersayang mba umbu,

cholid, siho, mega dan ipun, kaliaan lucu-lucu dech!!!

◆ Sobatku Nyit-nyit alias ningsinh dan lasmi-masute (konco betah melek),

makasih...h banget atas bantuan dan dukungannya selama ini.

◆ Susi, ari, karni-maute, elies-debleh, dan yasin sobatku, thank's berat

atas semuanya.

◆ Koncoz kost : fia(olif), tigo(ais), noer, sintu, lilie, lita maturnuwun wae

lah atas kebersamaanya...

◆ Temenz manajemen '01 : noor, ita, eta, eva, endang, dwi, aris(simbah),

yuly dan masih banyak lagi yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

◆ Koncoz KKN : eka, mira, harle(daplon), heppy, siru, agus(kliwon), dan

yudi(gondrong).

"TEMENZ MAAF YA KALAU ADA SALAH AND THANK'S BANGET ATAS

SEMUANYA, AKU NGEA, AKAN PERNAH LUPA AMA KALIAN, INI AKAN

JADI KADO BERNHARGA BUAT AKU, SAHABAT AND SAUDARA YANG PERNAH

AKU TEMUI-DI DJODJA, DAN KALIAN SELALU DIHATUKU"

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji efek sebagian dan serempak dari ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi dalam perilaku perpindahan merek. Perpindahan merek terbukti bisa sangat membantu dalam memecahkan masalah dan mengambil keputusan yang berhubungan dengan kekuatan kesetiaan merek dagang. Ada dua hasil penting yang ditemukan. *Pertama*, ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi terbukti signifikan dalam perilaku perpindahan merek tapi dampak dari karakteristik kategori produk sendiri dalam perilaku perpindahan merek tidak signifikan. *Kedua*, kebutuhan mencari variasi paling berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek dibanding ketidakpuasan konsumen dan karakteristik kategori produk. Beberapa kesimpulan untuk penelitian diketahui antara lain termasuk pemilihan produk sebagai obyek penelitian, membangun kepuasan dan pentingnya masalah interaksi antar pelanggan.

5. Ibu Munjiati Munawaroh, SE.M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Meika Kurnia Puji R.D.A., SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Semua Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan yang berguna.

Penulis berharap semoga skripsi yang telah tersusun ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Akhir kata penulis memanjatkan doa semoga kita semua senantiasa dilimpahkan rahmat dan ridho-Nya. Amin.

Wassalam'alaikum Wa Wb

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Hipotesis.....	24
D. Model Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Subyek Penelitian.....	26
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
C. Jenis Data.....	27
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Definisi Operasional.....	

	F. Uji Kualitas Data.....	33
	G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
	A. Analisis Deskriptif.....	38
	B. Uji Kevalidan Data.....	41
	C. Hasil Penelitian.....	43
	D. Pembahasan.....	48
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	51
	A. Simpulan.....	51
		52

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1. Karakteristik Responden.....	38
Tabel 4. 2. Runtutan Pilihan Merek.....	40
Tabel 4. 3. Frekuensi Pembelian Rata-rata.....	40
Tabel 4. 4. Tingkat Loyalitas Konsumen.....	41
Tabel 4. 5. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	42
Tabel 4. 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	43
Tabel 4. 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4. 8. Hasil Uji F.....	45
Tabel 4. 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	45
Tabel 4. 10. Hasil Uji t	46

DAFTAR GAMBAR