

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

**(Studi kasus pada mahasiswa terhadap konsumsi produk mie instan
di kota Yogyakarta)**



**Oleh
SUPRIYONO
20010410059**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2008**

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

**(Studi kasus pada mahasiswa terhadap konsumsi produk mie instan
di kota Yogyakarta)**

SKRIPSI

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



Oleh

SUPRIYONO

20010410059

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2008

SKRIPSI
PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK
KATEGORI PRODUK, HARGA, IKLAN, DAN KEBUTUHAN MENCARI
VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN
PERPINDAHAN MEREK



Telah disetujui oleh:

Pembimbing

Drs. Asnawi Asdnarju, M.Si

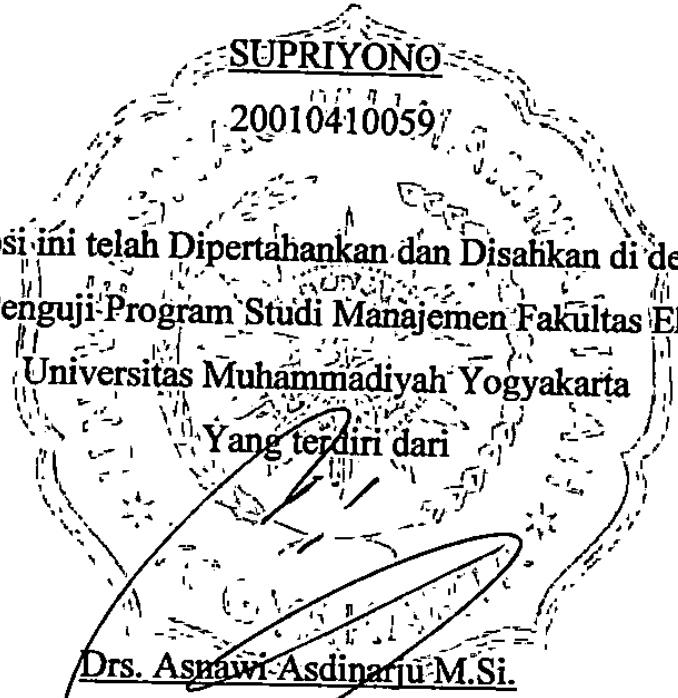
NIK: 131 577 593

Tanggal:


SKRIPSI
PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK
KATEGORI PRODUK, HARGA, IKLAN, DAN KEBUTUHAN MENCARI
VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN
PERPINDAHAN MEREK

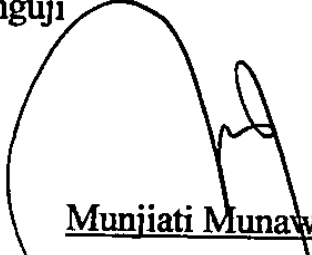
(Studi kasus pada mahasiswa terhadap konsumsi produk mie instan
di kota Yogyakarta)

Diajukan oleh



Ketua Tim Penguji


Dra. Tri Maryati, MM
Anggota Tim Penguji


Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si

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 pustaka.

MOTO

“.....Sesungguhnya Allah pasti menolong orang yang menolong (agama)
Nya....”

“Siapa yang bertaqwa kepada Allah, niscaya Allah akan memberi kepadanya
jalan keluar dari segala kesulitan.....”
(QS. Al Haj: 40 & Ath Thalaq: 2-3)

“Sesungguhnya seorang mu'min adalah penganggung jawab atas dirinya sendiri,
(karenanya hendaknya ia senantiasa) menginstropeksi diri karena Allah semata”

“Wahai anak Adam, (masa) siangmu adalah tamumu, maka berbuat baiklah
terhadapnya. Karena sungguh, jika engkau berbuat baik kepadanya, niscaya dia
akan pergi dengan memujimu. Dan apabila engkau berbuat buruk terhadapnya
maka dia akan pergi dengan mencercamu, begitu pula dengan malammu”

“Wahai anak Adam, injaklah bumi ini dengan kakimu. Sungguh, sekecil apapun
dia, pasti bakal menguburtmu. Sesungguhnya engkau itu senantiasa sedang
mengurangi usiamu, semenjak engkau dilahirkan dari perut ibumu”
(Mawa'izh Lil Iman Al-Hasan Al-Basri)

“Sesederhana dalam As-Sunnah lebih baik daripada
bersungguh-sungguh dalam bid'ah”

“Tetaplah kamu beristiqomah dan berpegang dengan atsar serta jauhilah bid'ah”
(Lammudduril Mantsur minal Qaulil Ma'tsur;
karya Abu Abdillah Jamal bin Furaihan Al-Haritsi)

“Kepercayaan adalah sebuah Amanah, dan Amanah adalah Tantangan yang
harus diterima dan di-Emban dengan hati Ikhlas dan penuh Tanggung Jawab”

“Ibu dan Ayahku bukanlah suri tauladan terbaik, tetapi Beliaulah yang paling
berjasa dalam perjalanan hidupku, maka Wajiblah bagiku menghargai dan
membahagiakannya

“Sekali-kali janganlah engkau hanya menghargai hasil tetapi hargailah usaha dan
tanggung jawabnya”

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah faktor ketidakpuasan konsumen paska pembelian dan konsumsi, karakteristik dari produk, tingkatan harga, iklan produk, dan kebutuhan konsumen untuk mencari Variasi dan proses konsumsinya akan produk mie instant tersebut mempengaruhi konsumen untuk berpindah dari produk yang satu ke produk yang lain. Penelitian ini juga untuk mengetahui apakah perpindahan tersebut dimoderasi oleh sikap konsumen untuk mencari variasi dalam proses konsumsinya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara memberikan pertanyaan kepada konsumen seputar faktor-faktor tersebut melalui kuesioner. Setelah kuesioner diisi oleh responden kemudian hasilnya diasumsikan kedalam angka-angka yang kemudian diregresikan. Hasil regresi dalam penelitian ini adalah bahwa keempat faktor tersebut signifikan mempengaruhi perpindahan konsumen dalam mengkonsumsi produk mie instan, serta faktor pencarian variasi juga ikut memoderasi perpindahan tersebut.

Kata Kunci: Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Produk, Harga, Iklan dan

ABSTRACT

This research done to know whether factor dissatisfaction of consumer after consumption and purchasing, characteristic from product, price level, product advertisement, and requirement of consumer for looking for The noodles product consumption process and variation instant the to influence consumer for making a move from product which an to other product. This research also to know what the transfer moderating by consumer attitude for looking for variation in process of the consumption.

Method which applied in this research is by the way of giving question to consumer in around the factors through questionnaire. After questionnaire filled by responder then the result assumed by in numbers which then regressions. This research internal regression result is that is fourth of the factor significant influence transfer of consumer in consuming noodles product instant, and also factor of seeking of various also follow moderated the transfer.

Keyword: Dissatisfaction Of consumer, product characteristic, price, Advertisement and Seeking Of Variation

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmad dan karunia dalam penelitian menyusun skripsi ini. Penelitian dengan judul: "Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Harga, Iklan, dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek", dapat terselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak

Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Drs Asnawi Asdinarju, M .Si., yang telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Ibu, Ayah dan seluruh keluarga (Mbak, Mas dan Adikku) atas kasih sayang dan dorongan baik materi maupun imateri, serta Pa' Tuwo (Kakek) atas wejangan-wejangannya.
4. Ke-enam keponakanku (Damar, Ridwan, Nyeyen, Kiki, Candra, dan Izza) kalian adalah "taman" bermainku, bersama kalianlah penghilang stres.
5. Keluarga Besar De' Ika Puji Astutiningsih, S Sastra, atas atas motivasi baik materi dan imateri dan kepada Mas Arif Rustianto (Li' Anto'), S.T. atas pinjaman CPUnya.
6. Teman-teman exs kost 88 (Ahmad, Ersam, Eksan, Gun, Gusur, Fatur, Wiwid, Wawan, Bagus, Morgan, Andi, Anda, Andit, Syukur) "*Kita Adalah Saudara*" dan teman-teman PB "Akuntansi 03" (kok anggotanya makin sedikit?).

Dan berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu, semoga bantuan yang diberikan menjadi amal yang akan dibalas kelak oleh

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I	PENDAHULUAN	
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Rumusan Masalah	8
	C. Tujuan Penelitian	8
	D. Batasan Masalah	8
	E. Manfaat Penelitian	9
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	
	A. Landasan Teori	10
	B. Hasil Penelitian Terdahulu	44
	C. Model Penelitian, Hipotesis, Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Harga, Iklan, dan Kebutuhan Mencari Variasi	45

BAB III	METODE PENELITIAN	
----------------	--------------------------	--

A. Subjek dan Objek Penelitian	48
--------------------------------	----

B. Teknik Pengambilan Sampel	49
C. Jenis Data	49
D. Teknik Pengumpulan Data	50
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	50
F. Uji Kualitas Data	55
G. Analisis Data dan Pengujian Hipotesa	56
BAB IV	
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	59
B. Pengujian Instrumen Penelitian	62
C. Analisa Data	64
D. Uji Hipotesis	69
E. Pembahasan	71
BAB V	
KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN	
PENELITIAN	
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
C. Keterbatasan Penelitian	76
Daftar Pustaka	76
Lampiran	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jenis Pembuatan Keputusan Konsumen	25
Tabel 2.2 Hasil-Hasil Penelitian Mengenai Perpindahan Merek	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Umur	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pendapatan/Uang Saku	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Pengeluaran	61
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Pengukuran Validitas Item Kuesioner	62
Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Regresi Metode Regresi Linier Berganda <i>(Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, harga dan IklanSebelum dimoderasi)</i>	65
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Regresi Metode Regresi Linier Berganda <i>(Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, harga dan IklanSetelah Dimoderasi Kebutuhan Mencari Informasi)</i>	67
Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Uji Parsial	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida Loyalitas	14
Gambar 2.2 Munculnya Kepuasan	21
Gambar 2.3 Empat Tahap Loyalitas	23
Gambar 2.4 Model Evaluasi Pasca Pembelian	28
Gambar 2.5 tujuan Komunikasi, Respon Khalayak, dan Proses Pembelian	31
Gambar 2.6 Kerangka Konsentuas Penelitian	45