

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN,
KARAKTERISTIK KATEGORI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK
PADA OLI PELUMAS**
(Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Oli Pelumas
di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah)



Disusun Oleh

SRI WAHYUNI
20000410379

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN,
KARAKTERISTIK KATEGORI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK
PADA OLI PELUMAS**
(Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Oli Pelumas
di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh

**Sri Wahyuni
20000410379**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2005**

SKRIPSI

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN,
KARAKTERISTIK KATEGORI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK
PADA OLI PELUMAS**

(Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Oli Pelumas
di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah)

Diajukan Oleh

SRI WAHYUNI

20000410379

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 23 Maret 2005
Yang terdiri dari :


Munjiati Murawaroh SE. M.Si
Ketua Tim Penguji


Siti Dyah Handayani SE. M.M
Anggota Tim Penguji


Isthofaina Astuti SE. M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Misbahul Anwar SE. M.Si
NTK : 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 sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam

INTISARI

Diantara tujuan penelitian adalah untuk menguji secara serentak dan parsial pengaruh dari ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen pengguna oli pelumas. Pendekatan perpindahan merek dapat membantu dalam memecahkan masalah dan pengambilan keputusan yang berhubungan dengan loyalitas terhadap suatu merek. Kuisisioner digunakan sebagai sumber data primer didukung data sekunder yang diperoleh baik melalui literature jurnal, buku, majalah, dan lain-lain.

Penelitian ini menghasilkan bahwa keputusan perpindahan merek pada konsumen pengguna oli pelumas dapat dipengaruhi oleh variabel ketidakpuasan konsumen, keterlibatan, perbedaan persepsi diantara merek, fitur hidonis dan kekuatan preferensi. Hasil lainnya membuktikan bahwa variabel keterlibatan mempunyai pengaruh yang paling dominan dalam keputusan perpindahan merek, ini disebabkan bahwa dalam benak konsumen keterlibatan dan kemudahan mencari produk oli pelumas di pasaran lebih dipertimbangkan.

Kata kunci: Demindahan, merek, perpindahan, keputusan, pengguna oli pelumas

ABSTRACT

The objective of this study is to examine the partial and simultan effects of customer dissatisfaction, characteristics of product category on brand switching behavior customer of lubricating oil. The brand switching approach can be very helpful in resolving problem and decision making related to brand loyalty reinforcement. The questioning as be used resources prime data and supported by secondary data which to get from many literature, journal, books, magazine, and the others.

The study of result show brand switching behavior customer of lubricating oil can be influence by variable customer dissatisfaction, participate, differential perception of brand, feature hedonism, and power preferensi. The result others produce of proof that variable participate significant on decision brand switching behavior, because the customer have opinion in facilitate obtain product in the market.

Keywords : Brand switching, customer dissatisfaction, characteristics of product

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayahnya, penulis skripsi dengan judul “Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Pada Oli Pelumas” dapat diselesaikan. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat guna meraih gelar sarjana pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dengan segala kerendahan hati pula, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si. , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan segenap pengelola Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Siti Dyah Handayani, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, petunjuk, dan arahan selama penulisan ini.
3. Ibu Isthofaina Astuti, S.E., M.Si., selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan kritikan demi perbaikan skripsi ini.
4. Ibu Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan izin untuk penyusunan skripsi ini.
5. Bapak, mamah, adik-adiku, yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis.
6. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, tapi yakin bantuan kalian tidak akan sia-sia.

Akhir kata penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan yang dimiliki yang menyebabkan skripsi ini selesai dalam bentuk dan isi yang sangat sederhana. Oleh karena itu saran yang bersifat membangun akan dijadikan pertimbangan bagi perbaikan skripsi ini, serta dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga segala bantuan bagi penyusunan skripsi ini akan dicatat oleh Alloh SWT.

Amin Ya Dabbal' Alamin

THANK'S TO:

- « Allah SWT atas Rahmat, Hidayah dan Karunia-NYA, Nabi Muhammad SAW.
- « Bapa & Mamah, AQ sayaaaang banget !!! Sabar ya... !?
- « Yudi & Yugi, kalian adalah KEJUCCAN dalam kehidupan kaka yang terindah.
- « Dwi, kita dirumah sayang ko ma dwi
- « Le iwan (Jadi ga bisnis keluarga ??)
- « Keluarga besar di Jakarta, yang kompak dong.
- « Le Mur & Le Supri (Cia, Nadia) PASTI BAHAGIA
- « Alee, thank's ... setiap kuhela nafasku pesonamu ga akan pernah menghilang
- « Ibu dan keluarga besar di Tulung (daffa nooo..?) Kebersamaan yang indah.
- « Sandra, Echi, Emi... Kapan piknik bareng
- « Kos ASTER (b'lia, b'Q, Nike, Esti, b'sopan, b'linda, Tari).
- « Kos Patkai (ketut, Obet, Ustad, Marwon-live) tangi gasik ya.
- « Kos Gemo'oh (Pupy, Isa, Yoga, Yayan, Brindil), Boeat doyok matur nuwun atas service computer e
- « Bang Rake & Gambreng, thank's kuesionernya.
- « Yugo (Makasih 10 th AQ diberi waktu untuk kenal kamu "Redup").

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAN	iv
HALAMAN INTI SARI	v
HALAMAN ABSTRACT	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Kepuasan Konsumen	7
2. Loyalitas Merek	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu	22
C. Hipotesis	22
D. Model Penelitian	23
BAB III. METODA PENELITIAN	25
A. Subyek Penelitian	25
B. Teknik Pengambilan Sampel	25

C. Jenis Data	25
D. Tehnik Pengumpulan Data	26
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
F. Uji Kualitas Data	29
1. Uji Validitas	29
2. Uji Reliabilitas	30
G. Uji Hipotesis dan Analisis data	30
1. Analisis Deskriptif	30
2. Analisis Regresi Berganda	31
3. Uji Anofa (F)	32
4. Uji Koefisien Regresi partial (t)	33
5. Uji Determinasi (R^2)	34
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	35
B. Uji Kualitas Data	42
C. Analisis Data dan Uji Hipotesis	45
D. Pembahasan	49
BAB V. KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	53
A Kesimpulan	53
B. Saran	55
C Keterbatasan	

DAFTAR TABEL

4.1. Tabel Jumlah Luas dan Jumlah Penduduk	35
4.2. Jenis Industri di Kabupaten	37
4.3. Tabel Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.4. Tabel Responden Berdasarkan Usia	42
4.5. Tabel Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.6. Tabel Hasil Uji Validitas	43
4.7. Tabel Hasil Uji Reliabilitas	45

TABEL GAMBAR

2.1 Konsep Konseptual Definisi

25