

ABSTRACT

This research is analysis three independent variables (consumer satisfaction, characteristics of product category and retailer searching) and variety seeking needs as a moderating variable, which them can influence to brand switching behavior.

The results of this research show view important findings, firstly ; the result of simultaneously analysis without a moderating variable effect are significantly related to brand switching behavior, but the partial impact of consumer satisfaction and characteristics of product category aren't significant, only retailer searching has significant impact to brand switching behavior. Secondly, results of regression with a moderating variable effect has significantly impact to brand switching behavior.

Key words : brand switching behavior, consumer satisfaction, characteristic of

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa tiga variable independent (kepuasan konsumen, kategori kategori produk dan pencarian pengecer) dan kebutuhan mencari variasi sebagai variable moderator, yang mana dapat mempengaruhi perilaku keputusan perpindahan merek oleh konsumen.

Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan beberapa hasil yang sangat penting yang dapat digunakan oleh para pelaku pengambil keputusan manajemen. Yang pertama; hasil dari pengujian secara simultan tanpa disertai variable moderator adalah signifikan terhadap perilaku keputusan perpindahan merek. Tapi dari uji secara parsial diperoleh hasil hanya variable pencarian pengecer yang signifikan terhadap perilaku keputusan perpindahan merek. Yang kedua; hasil dari uji regresi berganda termodersi oleh kebutuhan mencari variasi diperoleh hasil yang signifikan.

Kata kunci: perilaku keputusan perpindahan merek, kepuasan konsumen, karakteristik kategori produk, pencarian pengecer serta kebutuhan