

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK  
KATEGORI RODUK, DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK  
PASTA GIGI *PEPSODENT***



Disusun Oleh :

**NUGROHO NUR SYAHBANI**  
**20020410196**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

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

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta

Oleh  
**NUGROHO NUR SYAHBANI**  
22410196

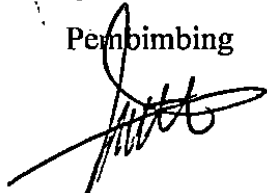
**FAKULTAS EKONOMI**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK**  
**KATEGORI PRODUK, DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK**  
**PASTA GIGI *PEPSODENT***

Diajukan oleh  
**NUGROHO NUR SYAHBANI**  
**22410196**

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing



1002007

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK**  
**KATEGORI PRODUK, DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK**  
**PASTA GIGI *PEPSODENT***

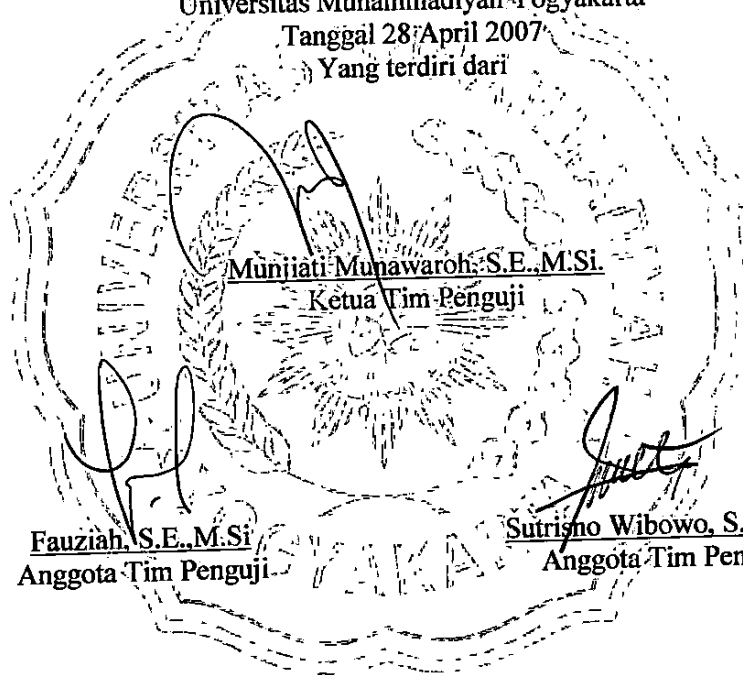
Diajukan oleh

**NUGROHO NUR SYAHBANI**  
22410196

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 28 April 2007

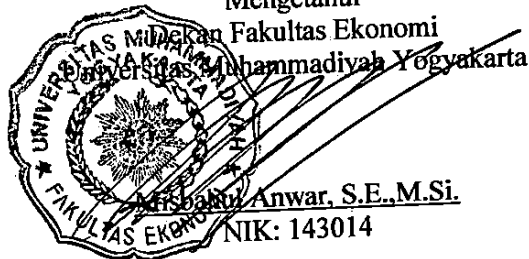
Yang terdiri dari



**Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si.**  
Ketua Tim Penguji

**Fauziah, S.E., M.Si.**  
Anggota Tim Penguji

**Sutrisno Wibowo, S.E., M.Si.**  
Anggota Tim Penguji



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**Marsaban Anwar, S.E., M.Si.**  
NIK: 143014

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- *Hanya penderitaan hidup yang mengajarkan manusia untuk menghargai kebahagiaan dan kebaikan serta kebagusan hidup.*

*(Hadits)*

- *Cerminan hari yang lalu merupakan gambaran kesuksesan yang akan datang.*
- *Jadikankah cobaan hidup sebagai anugrah karena bisa merubah ruang yang gelap menjadi indah.*

*(Ruang Hidup, ST 12)*

- *Janganlah engkau berkhayal untuk menjadi orang kaya, sebelum anda berusaha.*

### **Kupersembahkan untuk :**

- Kedua orang tuaku, bapak dan ibu tercinta yang telah memberikan dukungan Spirit dan materi hingga skripsi ini selesai
- Untuk My family terima kasih atas doa dan dukungannya
- Almamaterku

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek Pasta Gigi Pepsodent”**.

Penulisan skripsi ini dimaksud untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana strata satu pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Selesainya skripsi ini adalah berkat bimbingan, bantuan dan dorongan yang telah diberikan oleh berbagai pihak kepada penulis. Oleh sebab itu perkenankanlah pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, SE. M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Sutrisno Wibowo, SE. MM selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan serta memberi nasehat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ibu Lela Hindasah, SE. M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasehat serta petunjuk kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan doa, semangat, dukungan serta materi yang tidak sampai terhitung kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Buat saudara-saudara ku (Mas Eko, Mbak Ixwin, Mas Andi, Mbak Mery,

6. Temen-temen Kampus (Hendy, Erik, Si Be, Gepeng, Dedy, Irfan, Heri, Munir, Antok, Ulung, Budi, Acong, Anas, Si Mad, Kabul) teruskan perjuangan kalian.
7. Sobat-sobatku di kampung (Bege, Bowo, Aref, Baru, Wawan, Triwi, Agus, Bang Jay, Taman, Mas Sis, Mbak Ika, Arip, Bakule Soto, Ujang, Mas Mbendol, Mas Muji).
8. Temen-temen Anak Manajemen angkatan '02 C yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
9. Temen-temen klub sepakbola *KKK* Klajoran yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas motivasi kalian semua.
10. Semua pihak yang telah membantu yang tidak disebutkan satu persatu terima kasih atas segala bantuannya.

Semoga segala kebaikan amal dan jasa yang telah diberikan mendapat imbalan dan limpahan pahala dari Allah SWT, Amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 2007

**NUGROHO NUR SYAHBANI**

BAB III	METODA PENELITIAN .....	18
	A. Obyek Penelitian .....	18
	B. Teknik Pengambilan Sampel .....	18
	C. Jenis Data .....	20
	D. Teknik Pengumpulan Data .....	20
	E. Definisi Operasional Variabel penelitian .....	21
	F. Uji Kualitas Instrumen Penelitian .....	27
	G. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	29
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	31
	A. Analisis Deskriptif .....	35
	B. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	35
	C. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	38
	D. Pembahasan .....	43
BAB V	KESIMPULAN, SARAN .....	45
	A. Kesimpulan .....	45
	B. Saran .....	45
	C. Kesimpulan dan Saran .....	46



## DAFTAR TABEL

1.1. Peringkat Produk Pasta Gigi Terbaik .....	2
4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	33
4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	34
4.4. Hasil Analisis Uji Validitas .....	36
4.5. Hasil Analisis Uji Reliabilitas .....	37
4.6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Berdasarkan Nilai Koefisien .....	38
4.7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Berdasarkan Nilai Anova .....	40
4.8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Berdasarkan Nilai Parsial .....	41
4.9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Dengan Efek Moderator .....	42

2.1. Model Lima Tahap Keputusan Pembelian .....	9
2.2. Kerangka Konseptual Penelitian .....	17

## DAFTAR GAMBAR