

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK  
KATEGORI, DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK PARFUM  
(Uji Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Oleh :**

**PRADIKA SEPTIANTO  
B 100 060 141**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2010**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangandibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**“PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK KATEGORI, DAN KEBUTUHAN Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Parfum”**

Yang ditulis oleh :

**PRADIKA SEPTIANTO**

B 100 060 141

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima :

Surakarta, 2010

Pembimbing Utama

**(Drs. Agus Muqorobin, MM)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

**(Dr. Triyono, M.Si)**

## **MOTTO**

*Dan barang siapa taqwa kepada Allah, niscaya Allah akan mempermudah bagi segala permohonannya atau atau dalam urusannya.*

*(QS. At Tholaaq : 4)*

*Kemarin adalah masa lalu dan masa lalu adalah sejarah yang dapat dijadikan contoh bagi kita. Hari ini adalah perjuangan untuk masa depan, masa depan adalah cita-cita.*

*(Khalil Gibran)*

## PERSEMBAHAN

*Skripsi ini kupersembahkan kepada :*

- ? Orang Tua yang berdoa dan membimbingku
- ? Adikku tersayang
- ? Kekasihku tercinta
- ? Sahabat-sahabatku
- ? Almamaterku

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek parfum dan faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan perpindahan merek parfum?

Berdasarkan hasil uji t bahwa variabel ketidakpuasan konsumen didapatkan  $H_0$  ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,150 > 1,960$ ) maka hal ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perpindahan merek maka secara signifikan ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek. Hasil uji t bahwa variabel karakteristik kategori produk didapatkan  $H_0$  ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ( $2,257 > 1,960$ ) maka hal ini menunjukkan bahwa karakteristik kategori produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perpindahan merek maka secara signifikan karakteristik kategori produk berpengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek. Hasil uji t bahwa variabel kebutuhan mencari variasi didapatkan  $H_0$  ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ( $2,580 > 1,960$ ) maka hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan mencari variasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perpindahan merek maka secara signifikan kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek. Hasil uji t bahwa variabel ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi didapatkan  $H_0$  ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,740 > 1,960$ ) maka hal ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perpindahan merek maka secara signifikan ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek. Hasil uji t bahwa variabel karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi didapatkan  $H_0$  ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,150 > 1,960$ ) maka hal ini menunjukkan bahwa karakteristik kategori produk dan keputusan mencari variasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perpindahan merek maka secara signifikan karakteristik kategori produk dan keputusan mencari variasi berpengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek. Berdasarkan hasil uji  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $50,840 > 2,68$ ), maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek (Y). Berdasarkan hasil Uji Determinasi sebesar 0,698, hal ini menunjukkan bahwa variabel ketidakpuasan konsumen ( $X_1$ ), karakteristik kategori produk ( $X_2$ ), kebutuhan mencari variasi (Z), ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi ( $X_1Z$ ) dan karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi ( $X_2Z$ ) mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan perpindahan merek sebesar 69,8%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 69,8\% = 30,2\%$ ) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

Kata Kunci : Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Kebutuhan Mencari Variasi, Kepuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi, Karakteristik Kategori Produk dan Kebutuhan Mencari Variasi dan keputusan perpindahan merek.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek Parfum”.

Menyadari bahwa banyak pihak yang terkait dan terlibat dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis tidak bisa lepas dari bantuan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT, Atas rahmatnya yang telah diberikan kepada saya, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Dr. Triyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberi bimbingan, saran, serta masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak-bapak dan Ibu-ibu Dosen Jurusan Ekonomi Manajemen yang telah memberikan ilmu.
5. Yang tercinta, kedua orang tua yang berjuang untuk masa depanku, terima kasih atas kasih sayang dan seluruh doa yang selalu menyertai hidupku.
6. Adikku tercinta, makasih sudah jadi adik yang baik buat aku.
7. Buat Kekasihku, terima kasih atas waktu, dan dukungannya buat aku. Makasih selalu bangunin aku untuk sholat subuh.

8. Buat seseorang yang pernah mengisi hidupku, makasih atas kebahagiaan dan kepahitan yang udah kamu kasih ke aku.
9. Semua teman-teman yang nggak bisa aku sebutkan satu persatu. Makasih atas doa dan supportnya.

Penulis mengucapkan terima kasih atas semua bantuan yang diberikan. Semoga mendapatkan ridho dan balasan dari Allah SWT dan semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat. Amin

Surakarta, 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penyusunan Skripsi.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	7
B. Konsep Loyalitas Pelanggan .....	10
C. Pengertian Perilaku Konsumen .....	14
D. Keputusan Pembelian Konsumen.....	18



E. Ketidakpuasan Konsumen Pascapembelian.....	21
F. Karakteristik Kategori Produk .....	22
G. Kebutuhan Mencari Variasi .....	25
H. Hubungan Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk dan Kebutuhan Mencari Variasi.....	27
I. Penelitian Terdahulu .....	28
J. Hipotesis .....	29
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
A. Kerangka Teoritik .....	30
B. Populasi.....	31
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
D. Sumber Data .....	31
E. Metoda Pengumpulan Data .....	32
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	32
G. Metode Analisis Data.....	37
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A. Gambaran Umum Produk Parfum .....	43
B. Metode Analisis Data.....	44
1. Uji Validitas .....	44
2. Uji Reliabilitas.....	46
C. Analisis Data .....	47
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
2. Analisis Regresi Linier Berganda (Moderate).....	49
3. Uji t (Uji Hipotesis).....	52

4. Uji F.....	60
5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	62
D. Pembahasan .....	63
BAB V. PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan .....	66
B. Keterbatasan Penelitian .....	68
C. Saran-saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## **DAFTAR TABEL**

Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas .....	45
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	46
Tabel IV.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
Tabel IV.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Berpikir .....	30
------------------------------------	----