

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK
KATEGORI PRODUK, DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MERK**
**(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2004)**

Oleh :

Fajarwati Oktavia

NIM : P.1000.30047
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2005**

Nota Pembimbing

Dr. Muhammad Wahyuddin, M.S.

Dosen Program Magister Manajemen
Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas
Hal: tesis Saudari Fajarwati Oktavia

Kepada Yth.
Direktur Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis saudara :

Nama	: Fajarwati Oktavia
NIM	: P.1000.30047
Program Studi	: Magister Manajemen
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul	: PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK KATEGORI PRODUK, DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MERK (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2004)".

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam Sidang Ujian Tesis pada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Juni 2005

Dr. Muhammad Wahyuddin, M.S.

TESIS

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK
KATEGORI PRODUK, DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MERK
(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2004)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

FAJARWATI OKTAVIA

NIM : P.1000.30047
Program Studi : Magister Manajemen

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji pada
tanggal :
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji Lain

Dr. Muhammad Wahyuddin, M.S.

Surakarta,2005
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Program Pasca Sarjana
Direktur

Dr. Muhammad Wahyuddin, M.S.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : FAJARWATI OKTAVIA
NIM : P.1000.30047
Judul Tesis : "PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK KATEGORI PRODUK, DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MERK (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2004)".

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya.. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis ini hasil jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh universitas batal saya terima.

Surakarta, Juli 2005

Yang membuat pernyataan,

FAJARWATI OKTAVIA

INTISARI

Keputusan pembelian suatu produk tertentu termasuk dalam tindakan sebagai kemauan untuk mengkonsumsi. Keputusan melakukan pembelian dan berganti merk merupakan perilaku konsumen yang kemungkinan dipengaruhi oleh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi.

Rumusan dalam penelitian ini adalah 1) Apakah ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan mencari variasi, berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merk; 2) Variabel manakah di antara ketidakpuasan konsumen, karakteristik produk dan kebutuhan mencari variasi yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek. Tujuan penelitian untuk menganalisis ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merk; dan mengetahui faktor yang paling dominan.

Obyek dalam penelitian adalah perilaku mahasiswa dalam memutuskan untuk berganti merk terhadap produk mie instan, parfum, dan sabun cuci. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi manajemen UMS angkatan 2004. Sampel ditentukan dengan menggunakan quota purposive random sampling yaitu sebanyak 120 responden. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Alat analisis penelitian dengan menggunakan regresi logistik.

Berdasarkan hasil analisis model regresi logistik diperoleh nilai $-2LL$ sebesar $23,417, \chi^2_{tabel} = 90,5312$ maka model dinilai fit/sesuai dengan data karena $-2LL = 23,417 < \chi^2_{tabel} = 90,5312$. Tanda positif (+) b1, b2, dan b3 menunjukkan bahwa semakin besar X, semakin besar juga odds perpindahan merk= \log probabilitas Perpindahan-merk_{tetap} (Y_1) dibagi probabilitas Perpindahan-merk_{pindah-merk} (Y_2); Berdasarkan uji wald untuk variabel ketidakpuasan konsumen (X_1) = 9,374 dengan signifikansi 0,02 atau 2 persen. Hasil pengujian wald variabel karakteristik kategori produk (X_2) diperoleh nilai Wald sebesar 12,480; P.value 0,000 atau 0 persen. Nilai wald untuk variabel kebutuhan mencari variasi (X_3) = 6,139 dengan signifikansi 0,013 atau 1,3 persen.

Hasil pengujian Nagelkerke R² diperoleh nilai Nagelkerke R² sebesar 0,928. artinya variabel ketidakpuasan konsumen (X_1), variabel karakteristik kategori produk (X_2), dan kebutuhan mencari variasi (X_3) dapat menjelaskan kemungkinan perpindahan merk pada mahasiswa fakultas ekonomi manajemen UMS Angkatan 2004 dalam mengkonsumsi produk mie instan, parfum, dan sabun cuci adalah sebesar 92,8 persen;

ABSTRACT

The buying decision of certain product is included on the consuming act. The decision of buying and changing brand is consumer's act, which is, perhaps, influenced by unsatisfied feeling on customer's side, product category, and the needs of finding variety-consuming act.

The problem statement at this research is 1) does the unsatisfied consumers, the characteristic of finding variety at the categorized product, influence through decision of changing brand; 2) which variable of among unsatisfied consumers, product characteristic, and the needs of finding variety consuming act are the most dominant in influencing changing brand. The aim of research is analyzing unsatisfied feeling on customer's side, product category, and the needs of finding variety-consuming act; and finding the most dominant factors.

The object research is the student act in deciding changing product through instant noodle, deodorant, and detergent. The population of research is the students of economic faculty Muhammadiyah University Surakarta, year 2004. The sample is determinate using quota purposive random sampling; 120 respondent covers it. The equipment of collecting data, which is uses at its research, is questioner, while the analysis equipment is using logistic regression.

Based on the research result on logistic regression, it is obtained $-2LL$ as 23.417 . X^2 criterion = 90.5312, therefore, the model is identified as fit/ suitable with the data, it is caused $-2LL = 23.417 < X^2$ criterion = 90.5312. The positive mark (+) b1, b2, and b3 shows that more the value of X, it is identified that the value odds of removing brand = log probability. The removing-brand_{constant} (Y_1) divided by probability removing-brand_{removing-brand} (Y_2); based on wald test through variable of unsatisfied consumers (X_1) = 9,374 with the significant value 0,02 or 2 percent. The result of wald test variable of characteristic product categorized (X_2) is obtained the value of wald as 12.480; by significance 0.000 or 0 percent. The value of wald for variable of needs finding variety act (X_3) = 6.139 with the significance 0.013 or 1.3 percent.

The result of Nagelkerke test R2 is obtained Nagelkerke value R2 as 0.928. It means that variable unsatisfied consumers (X_1), variable of characteristic product categorized (X_2), and the needs of finding variety product (X_3) is able to explain the possibilities of removing brand through the students of economic faculty majoring management Muhammadiyah University Surakarta, year 2004 in consuming instant noodle, deodorant, and detergent as 92.8 percent.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ketulusan hati puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya dan karena bimbingan serta ilmu yang senantiasa diberikan Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul : “PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, KARAKTERISTIK KATEGORI PRODUK, DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MERK (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2004)”.

Seperti diketahui bahwa tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Magister Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian Tesis ini banyak sekali dan tidak bisa lepas dari bantuan pihak lain, maka dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta, yang telah berkenan memberikan kesempatan menyelesaikan program pasca sarjana magister manajemen.;
2. Bapak DR.M. Wahyuddin, M.S, yang dengan sabar dan ketulusannya telah memberikan bimbingan dan arahan, sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian dan penyelesaian tesis ini;

3. Seluruh Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Surakarta;
4. Bapak-Ibu yang telah memberikan semangat, dorongan, pengorbanan dan pengertian yang telah diberikan selama penulis mengikuti pendidikan;
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran dalam penyelesaian Tesis ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tesis ini. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun semangat penulis hargai. Akhirnya penulis berharap semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri serta bagi pihak lain yang membutuhkannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta , 2005

Penulis

Fajarwati Oktavia

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
INTISARI.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Manfaaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Manajemen Pemasaran.....	5
B. Konsep Loyalitas Pelanggan	8
C. Keputusan Pembelian Konsumen	11
D. Ketidakpuasan Konsumen Pasca Pembelian.....	12
E. Kebutuhan Mencari Variasi	12
F. Hubungan Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi	13

G. Penelitian Terdahulu	14
H. Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Kerangka Pemikiran.....	18
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	19
C. Penentuan Populasi dan Sampel.	24
D. Jenis dan Sumber Data.....	25
E. Metode Analisis Data.....	26
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	31
A. Pengujian Instrumen.....	31
B. Penilaian Model dalam Regresi Logistik	34
C. Interpretasi Analisis Regresi Logistik.....	34
D. Uji Wald	35
E. Uji Nagelkerke R ²	36
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	39
A. Simpulan	39
B. Saran	41

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Uji Validitas Instrumen Ketidakpuasan Konsumen (X_1)	31
Tabel 4.2. Uji Validitas Instrumen Karakteristik Kategori Produk (X_2).....	32
Tabel 4.3 Uji Validitas Instrumen Kebutuhan Mencari Variasi.....	33
Tabel 4.4 Hasil Persamaan Regresi Logistik	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1. Konsep Inti Pemasarn	5
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran	18