

ABSTRAK

Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Perilaku Berpindah Merek Studi Kasus Pada Sampo Sunsilk

Irene Novita Purnamasari
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen dengan perilaku berpindah merek; 2) Untuk mengetahui seberapa besar tingkat hubungan antara kepuasan konsumen dengan perilaku berpindah merek.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kepuasan konsumen terhadap perilaku perpindahan merek.

Teknik pengumpulan data dengan 1) Menyebarkan angket kuisioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta; 2) Studi Kepustakaan yaitu dengan membaca buku-buku literatur yang berhubungan dengan pokok masalah.

Alat analisis yang digunakan 1) Analisis persentase; 2) Regresi linier sederhana; 3) Korelasi *product moment*; 4) Uji t

Hasil penelitian menunjukkan 1) Nilai koefisien regresi (b) sebesar $-0,323$ menunjukkan ada pengaruh negatif antara kepuasan konsumen terhadap perilaku berpindah merek.; 2) Nilai koefisien korelasi $-0,458$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kepuasan konsumen dengan perilaku berpindah merek, dan $0,458$ menunjukkan hubungannya cukup kuat; 3) Dengan Uji t diperoleh bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-5,096 < -1,98$ jadi H_0 ditolak. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh negatif antara kepuasan konsumen terhadap perilaku berpindah merek diterima.

ABSTRACT

Influence of Consumers' Satisfaction On Brand-Removal Behavior A Case Study on Sunsilk Shampoo

Irene Novita Purnamasari
Departement of Management Faculty of Economy
Sanata Dharma University
Yogyakarta

The purpose of this study is : 1) To identify the significant influence of consumers' satisfaction on their brand-removal; 2) To identify the relationship between consumers' satisfaction and their brand-removal.

The problem of study is: How does consumer's satisfaction influence brand-removal behavior.

The process of the study is: 1) Giving questionnaire to students of Economy Faculty in Sanata Dharma University; 2) Doing library research related to this study.

The analysis techniques used are: 1) Percentage Analysis; 2) Simple Linier Regretion; 3)Product Moment correlation; 4) t-test.

The results of this study are: 1) If the regression coefisien value (b) is $-0,323$, then the consumers' satisfaction give negative influence on brand-removal behavior; 2) The correlation coefisien value is $-0,458$. It means consumers' satisfaction has negative relationship with brand-removal behavior; 3) t-test shows that $t_{count} < t_{table}$ or $-5,096 < -1,98$. So H_0 is rejected. Therefore, it is acceptable that consumers' satisfaction gives negative influence on brand-removal behavior.