

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN BERAGAMNYA PILIHAN MEREK TERHADAP PERILAKU *BRAND SWITCHING*

Studi Kasus Pada Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

**KATARINA IKA KARTIKA
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA**

2006

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan konsumen dan beragamnya pilihan merek terhadap perilaku *Brand Switching*.

Penelitian ini adalah sebuah studi kasus, yang dilakukan pada bulan April 2006. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Angkatan 2003-2004 dan 2004-2005 yang pernah menggunakan kartu selular Mentari minimal 6 bulan, dan saat ini telah melakukan perpindahan merek ke kartu selular lain. Sampel yang diteliti sebesar 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen dan beragamnya pilihan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku perpindahan merek. Kedua variabel independen ini menjelaskan hanya 29,5% dari perilaku perpindahan merek, sedangkan 70,5% perilaku itu dipengaruhi oleh variabel lainnya.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CONSUMERS' DISSATISFACTION AND VARIETY OF BRAND CHOICE ON BRAND SWITCHING BEHAVIOR

A Case Study at the Economic Faculty Sanata Dharma University Yogyakarta

**KATARINA IKA KARTIKA
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2006**

This research is aimed to identify the influence of consumers' dissatisfaction and variety of brand choice on brand switching behaviour.

This is a case study research carried out during April 2006. Collection of research data were acquired through questionnaire. Research population is students of Economic Faculty Sanata Dharma University, batch of 2003-2004 and 2004-2005, who make use selular Mentari at least 6 months and now switch to another selular card. Sample of research is amount of 100 respondents. Technique of data analysis utilized in this research is multiple linier regression.

The result of data analysis indicates that consumer dissatisfaction and variety of brand choice have a positive and significant influence on brand switching behaviour. The two independent variables explains about 29,5 % of brand switching behavior, whereas 70,5 % of the brand switching behaviour is explained by other variables.