

ABSTRAK

PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, TINGKAT KARAKTERISTIK KATEGORI PRODUK DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK

Studi kasus pada Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

YOHAN TRIADI KUSWARA
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA

2003

Tujuan penelitian ini yaitu. 1) untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan perpindahan merek. 2) untuk mengetahui pengaruh tingkat karakteristik kategori produk terhadap keputusan perpindahan merek. 3) untuk mengetahui pengaruh kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek. 4) untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan konsumen, tingkat karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi secara simultan terhadap keputusan perpindahan merek.

Penelitian dengan studi kasus dilakukan pada bulan Mei sampai Juni 2003.. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta angkatan 1999, 2000, dan 2001 yang membeli dan mengkonsumsi rokok dengan merek apapun. Sampel yang diteliti sebesar 100 responden. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis Regresi Linier Sederhana, dan Regresi Linier Berganda.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa 1) ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek, serta ketidakpuasan konsumen berpengaruh sebesar 84,6 % terhadap keputusan perpindahan merek. 2) tingkat karakteristik kategori produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek, serta tingkat karakteristik kategori produk berpengaruh sebesar 85,8 % terhadap keputusan perpindahan merek. 3) kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek, serta kebutuhan mencari variasi berpengaruh sebesar 84,2 % terhadap keputusan perpindahan. 4) ketidakpuasan konsumen, tingkat karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek, serta besarnya pengaruh ketiga variabel penelitian ini terhadap keputusan perpindahan merek adalah 89,8 %, sedangkan 10,2 % keputusan perpindahan merek yang dilakukan konsumen dipengaruhi oleh variabel lainnya.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CONSUMERS' DISSATISFACTION, THE CHARACTERISTICS LEVEL OF PRODUCT CATEGORY AND THE NEED TO SEEK VARIATIONS ON THE TRADE-MARK TRANSFER DECISION

A Case Study at Sanata Dharma University Yogyakarta

**YOHAN TRIADI KUSWARA
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA**

2003

This research aimed to 1) find out the influence of consumers' dissatisfaction on the trade-mark transfer decision. 2) find out the influence of the characteristics level of product category on the trade-mark transfer decision. 3) find out the influence of the need to seek variations on trade-mark transfer decision. 4) find out the influence of consumers' dissatisfaction, characteristics level of product category, and the need to seek variations simultaneously on the trade-mark transfer decision.

The research was held on May up to June 2003. The techniques of data collection that were used are questionnaire, interview, and documentation. Population used in this research were the 1999, 2000, and 2001 students of Sanata Dharma University who bought and consumed cigarettes with any trade-marks. There were 100 respondents for the sample that was examined. The technique of data analysis used Simple Linear Regression analysis technique, and Double Linear Regression.

The result of data analysis indicated that 1) consumers' dissatisfaction had positive and significant influence on trade-mark transfer decision, it also had 84.6 % influence on trade-mark transfer decision. 2) characteristics level of product category had positive and significant influence on trade-mark transfer decision, it also had 85.8 % influence on trade-mark transfer decision. 3) the need to seek variations had positive and significant influence on trade-mark transfer decision, it also had 84.2 % influence on trade-mark transfer decision. 4) consumers' dissatisfaction, characteristics level of product category, and the need to seek variations had positive and significant influence on trade-mark transfer decision, and the influence of three research variables on trade-mark transfer decision was 89.8 % whereas 10.2 % of the trade-mark transfer decision was influenced by other variables.