

**PENGARUH KEBUTUHAN Mencari Variasi, Persepsi Harga, dan
Ketidakpuasan Konsumen Terhadap *Brand Switching* Dari *Body Soap Lux* Ke *Body Soap Lain*
(Studi Pada Konsumen Bravo Swalayan Jombang)**

ABSTRAK

**Oleh :
Indi Widyanti**

**Dosen Pembimbing:
Erminati Pancaningrum, ST.,MSM**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Penurunan penjualan *body soap Lux*. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kebutuhan mencari variasi, persepsi harga dan ketidakpuasan konsumen terhadap *brand switching body soap Lux*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *body soap Lux* yang ada di Bravo Swalayan Jombang. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 orang yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Dari hasil penelitian didapati bahwa variabel kebutuhan mencari variasi, persepsi harga dan ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif terhadap variabel keputusan *brand switching*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah semakin besar kebutuhan mencari variasi, maka semakin tinggi *brand switching* pada *body soap Lux*, semakin kompetitif persepsi harga, maka semakin tinggi *brand switching* pada *body soap Lux*, dan semakin besar ketidakpuasan konsumen semakin tinggi *brand switching* pada *body soap Lux*.

Kata Kunci : Kebutuhan Mencari Variasi, Persepsi Harga, Ketidakpuasan Konsumen dan *Brand Switching*.