

ANALISIS PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, IKLAN PESAING DAN PERILAKU MENCARI VARIASI TERHADAP PERILAKU PERPINDAHAN MEREK PADA KONSUMEN SHAMPO CLEAR

(Study kasus pada pengunjung pusat perbelanjaan Bravo Swalayan Jombang)

ABSTRAK

Oleh :

Firda Anitasari

Dosen Pembimbing :

Dr. Siti Zuhroh

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya penurunan penjualan shampo Clear selama lima tahun berturut-turut yang mengindikasikan terjadinya fenomena beralihnya pengguna konsumen shampo Clear ke shampo merek lain. Fenomena tersebut biasa disebut *Brand Switching*. Penelitian ini menguji tiga variabel independen yaitu ketidakpuasan konsumen, iklan pesaing dan perilaku mencari variasi yang mempengaruhi perilaku perpindahan merek. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan konsumen, iklan pesaing, dan perilaku mencari variasi terhadap perilaku perpindahan merek.

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran angket dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* terhadap 75 orang konsumen yang sebelumnya pengguna shampo Clear dan telah berpindah ke merek shampo lain. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan WarpPLS 5.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ketidakpuasan konsumen dan perilaku mencari variasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan merek. Artinya ketidakpuasan konsumen dan perilaku mencari variasi mampu meningkatkan perilaku perpindahan merek Sedangkan variabel iklan pesaing berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku perpindahan merek. Artinya iklan pesaing tidak mampu meningkatkan perilaku perpindahan merek.

Kata kunci: perilaku perpindahan merek, ketidakpuasan konsumen, iklan pesaing dan perilaku mencari variasi

ABSTRACT

This study is grounded by the decreasing of Clear's sales in five years a row which indicates the occurrence phenomenon of consumer switching from Clear to other shampoo. This study examined three independent variables; there are consumer dissatisfaction, competitor's advertising and variety seeking behavior toward brand switching behavior. The purpose of this study is to find the influence of the independent variables toward brand switching behavior.

This study uses a questionnaire with purposive sampling technique to 75 people who had used shampoo Clear before and have switched to another shampoo brand. Data analyze obtained using with WarpPLS 5.0.

The results show that the consumer dissatisfaction and variety seeking behavior have significant influence on brand switching behavior. The meaning is the consumer dissatisfaction and variety seeking behavior capable influence on brand switching. Meanwhile the competitor's advertising not significant on brand switching behavior. The meaning that competitor's advertising haven't influence on brand switching.

Keywords: brand switching behavior, consumer dissatisfaction, competitor's advertising and variety seeking behavior