

PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, *WORD OF MOUTH* DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK
(Studi Kasus Pada Konsumen Jenang Mirah Ponorogo)



Nama	: Anisya Nur'aini
NIM	: 14413342
Program Studi	: Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, *WORD OF MOUTH* DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK

(Studi Kasus Pada Konsumen Jenang Mirah Ponorogo)



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama	: Anisya Nur'aini
NIM	: 14413342
Program Studi	: Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh ketidakpuasan Konsumen, *Word of Mouth* Dan
Variety Seeking Terhadap Keputusan Perpindahan Merek
(Studi Kasus Pada Konsumen Jenang Mirah)

Nama : Anisya Nur'aini


Nim : 14413442

Program Studi: Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 24 Agustus 2018


Pembimbing I


Dra. Umi Farida, MM
NIDN. 0710016101

Pembimbing II


Drs. Ec. Purwanto, MM
NIDN. 0702105301

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

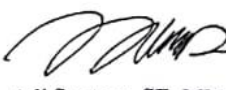

Titi Rapihi, SE, MM
NIDN. 0005056301

Dosen Penguji

Ketua


Dra. Umi Farida, MM
NIDN. 0710016101

Sekretaris


Adi Santoso, SE, MM
NIDN. 0727118803

Anggota


Sri Hartono, SE, MM
NIDN. 0730127102

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul **Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Word of Mouth dan Variety Seeking Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Studi Kasus Pada Konsumen Jenang Mirah)** dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh ketidakpuasan word of mouth dan variety seeking secara parsial dan simultan terhadap keputusan perpindahan merek.

Dari hasil analisis diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen Jenang Mirah. Hasil uji regresi berganda menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen dengan koefisien regresi linier berganda sebesar 0,166, berdasarkan uji t diperoleh nilai sebesar 9,153 dengan nilai sig. sebesar 0,000
2. *Word of mouth* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen jenang Mirah. Hasil regresi linier berganda diperoleh hasil sebesar 0,828, berdasarkan uji t diperoleh nilai sebesar 34,598 dengan nilai sig. sebesar 0,000
3. *Variety seeking* mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan perpindahan merek. Hasil regresi linier berganda diperoleh hasil sebesar 0,006, berdasarkan uji t diperoleh nilai sebesar 0,568 dengan nilai sig. sebesar 0,572.
 - 1) Ketidakpuasan konsumen, *word of mouth* dan *variety seeking* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek. Berdasarkan uji F diperoleh nilai F hitung yaitu sebesar 11348,820 dengan nilai sig. sebesar 0,000. Hal ini berarti ketidakpuasan konsumen, *word of mouth* dan *variety seeking* secara

bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen jenang Mirah.

Key Word: Ketidakpuasan Konsumen, Word of Mouth, Variety Seeking, Perpindahan Merek



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga dengan segala kemampuan serta kesungguhan hati, maka terselesaikanlah penyusunan skripsi untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dengan judul **“PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, WORD OF MOUTH DAN VARIETY SEEKING TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK (STUDI KASUS PADA KONSUMEN JENANG MIRAH)”** dengan tiada halangan suatu apapun.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta do'a dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Umi Farida, MM. Selaku Kepala Program Studi Jurusan Manajemen sekaligus selaku dosen pembimbing I, atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Drs. Ec. Purwanto, MM. Selaku dosen pembimbing II, atas bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk dibangku kuliah.
4. Kedua orang tua yang selalu memotivasi, nasihat, semangat, do'a yang tiada henti, dan dukungannya selama ini.

5. Rekan seperjuangan Manajemen A angkatan 2014 yang selalu memotivasi dan memberi dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.

6. Semua pihak dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan penulis satu per satu, yang banyak memberikan bantuan sampai selesainya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang.

Ponorogo, 24 Agustus 2018
Penulis

(Anisya Nur'aini)



**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karyasaya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain, untuk memperoleh gelar akademis di suatu Instistusi Pendidikan dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo,

ANIS YA NUR AINI
NIM.14413342

MOTTO

“SELESAIKAN APA YANG TELAH KAMU MULAI”



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian.....	iii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Kerangka Pemikiran.....	36
2.4 Hipotesis.....	37
BAB III. METODE PENELITIAN	38
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	38
3.2 Populasi	38
3.3 Sampel Penelitian.....	39
3.4 Metode Pengambilan Data.....	40
3.5 Definisi Operasioanal Variabel.....	42

3.6 Metode Analisi Data.....	44
3.6.1 Uji Instrumen.....	44
3.6.1.1 Uji Validitas.....	44
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.6.2 Metode Analisis Berganda.....	46
3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	47
3.6.4 Uji Hipotesis.....	48
3.6.4.1 Uji T (Uji Parsial).....	48
3.6.4.2 Uji F (Uji Serempak).....	50
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	52
4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	53
4.1.3 Logo Jenang Mirah.....	53
4.1.4 Struktur Organisasi.....	54
4.1.5 Gambaran Variabel.....	56
4.2 Gambaran Umum Responden.....	57
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	59
4.3.1 Variabel Ketidakpuasan Konsumen (X1).....	60
4.3.2 Variabel Word of Mouth (X2).....	61
4.3.3 Variabel Variety Seeking (X3).....	62
4.3.4 Variabel Keputusan Perpindahan Merek (Y).....	63

4.4 Uji Instrumen	64
4.4.1 Uji Validitas	64
4.4.2 Uji Reliabilitas	65
4.5 Analisis Data	66
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	66
4.5.2 Koefisien Determinasi	69
4.6 Uji Hipotesis	70
4.6.1 Uji T (Uji Parsial)	70
4.6.2 Uji F (Uji Simultan)	72
4.7 Pembahasan	73
BAB V. PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ketidakpuasan	60
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel WOM	61
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Variety Seeking	62
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perpindahan Merek	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.11 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji T	70
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	10
Gambar 2.2 Gambar Life Cycle	13
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir.....	31
Gambar 4.1 Logo Merek Jenang Mirah.....	48
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	49

