

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN PASCA
KONSUMSI, HARGA PRODUK, DAN KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK
SABUN PEMBERSIH WAJAH BIORE**

**(Studi Pada Pengguna Sabun Pembersih Wajah Biore Mahasiswa/i Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira
Kupang)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



OLEH

ISABELLA DIDOK

NIM: 321 13 012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

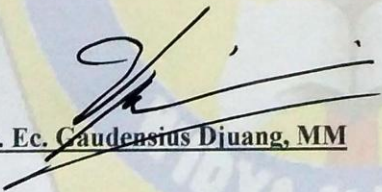
PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN PASCA
KONSUMSI, HARGA PRODUK, DAN KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK
SABUN PEMBERSIH WAJAH BIORE

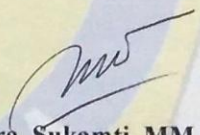
Nama : Isabella Didok
No. Registrasi : 32113012
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Ec. Caudensius Djuang, MM


Dra. Sukamti, MM

Kupang,.....

Ketua Program Studi Manajemen


Rosadlima Tisu, SE, MM

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN PASCA
KONSUMSI, HARGA PRODUK, DAN KEBUTUHAN
MENCARI VARIASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK
SABUN PEMBERSIH WAJAH BIORE**

Yang diajukan oleh :

Nama : Isabella Didok
No. Registrasi : 32113012
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran


Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian dan dinyatakan Lulus
pada tanggal 31 Mei 2017 di ruang Dekan Fakultas Ekonomi

Susunan Panitia Ujian

1. Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM(.....)
2. Sekretaris : Dra. Sukanti, MM (.....)
3. Anggota Penguji I : Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM (.....)
4. Anggota Penguji II : Drs. Wilhelmus Ngete, MM (.....)
5. Anggota Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM(.....)

Kupang, 31 Mei 2017

Dekan Fakultas Ekonomi


Jou Sewa Adrianus, SE, MM

Ketua Prodi Manajemen


Rosadalima Tisu, SE, MM

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“UNTUK MENDAPATKAN KESUKSESAN,
KEBERANIANMU HARUS LEBIH BESAR DARIPADA
KETAKUTANMU”

“KESUKSESAN HANYA DAPAT DIRAIH DENGAN
SEGALA UPAYA DAN USAHA DISERTAI DENGAN
DOA, KARENA SESUNGGUHNYA NASIB SESEORANG
TIDAK AKAN BERUBAH DENGAN SENDIRINYA TANPA
BERUSAHA”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus Kristus dengan Kasih-Nya yang selalu menopang segala rencana penulis saat penyelesaian skripsi.
2. Yang Tersayang: Bapak Yance W.A Didok dan Mama Yohana Ga yang telah dengan susah payah membesarkan. Koko Yance Elli dan Kakak Lensy J.T Didok yang membanting tulang mencari nafkah untuk membiayai pendidikanku.
3. Kepada kakak-kakaku tercinta: Mersy Y. Didok, Andry Liem, Velly Didok dan empat ponakan tersayang William, Sheren, Alvaro dan Tristan yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi saya.
4. Teman terdekatku Jessy Abineno, Ria F. Br. Saragi, Estha A. Megoth, Maria Lanta, Fransiska Noemay dan sahabat-sahabat tercintaku angkatan 2013, yang selalu memberi semangat, motivasi dan dukungan doa.
5. Almamaterku tercinta Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi dengan judul “ **Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Pasca Konsumsi, Harga Produk, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Sabun Pembersih Wajah Biore (Studi Pada Pengguna Sabun Pembersih Wajah Biore Mahasiswa/i Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang)**”

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Bersama ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang bersama staf, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti perkuliahan dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu penulis dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik di Fakultas Ekonomi.
3. Ketua Jurusan dan Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan kesempatan, motivasi dan masukan serta perbaikan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

4. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Ibu Dra. Sukamti, MM selaku Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan mulai dari persiapan proposal hingga penyelesaian skripsi.
5. Bapak Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM selaku Penguji I, Bapak Drs. Wilhelmus Ngete, MM selaku Penguji II, Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang selaku Penguji III dan Ibu Dra. Sukamti, MM selaku Sekertaris yang telah menguji dan memberikan saran-saran, serta perbaikan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen lainnya yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
7. Para pegawai Tata Usaha khususnya Om Anis yang telah membantu dalam menyiapkan segala keperluan perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir ini.
8. Kepada teman-teman Angkatan 2013.
9. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan Yesus membalas budi baik semua pihak yang telah memberikan kesempatan, dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, namun penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kupang Mei 2017

Penulis

ABSTRAK

Isabella Didok No.Reg. 32113012 dengan judul skripsi Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Pasca Konsumsi, Harga, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Sabun Pembersih Wajah Biore pada Prodi. Manajemen Fak. Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, dibawah bimbingan Drs. Ec Gaudensius Djuang, MM sebagai pembimbing I dan Dra. Sukanti, MM sebagai pembimbing II.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena munculnya berbagai merek baru khususnya untuk kategori produk sabun pembersih wajah. Biore kini mulai tersaingi oleh merek-merek lainnya, hal ini ditandai dengan tingginya tingkat perpindahan merek dari sabun pembersih wajah Biore ke sabun pembersih wajah merek lain. Selain itu terjadi pergeseran *top brand index* sabun pembersih wajah Biore dan penurunan penjualan dari tahun 2014 sampai dengan 2016. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk 1) Mengetahui gambaran ketidakpuasan konsumen pasca konsumsi, harga, kebutuhan mencari variasi, dan keputusan perpindahan merek. 2) Mengetahui signifikansi pengaruh ketidakpuasan, harga dan kebutuhan mencari variasi secara parsial dan secara simultan terhadap perpindahan merek.

Populasi tidak diketahui, sehingga jumlah sampel ditentukan berdasarkan jumlah indikator dikalikan 5-10 sebanyak 112 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *Accidental Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner. Analisis data menggunakan alat statistik deskriptif dan analisis inferensial dengan menggunakan program SPSS *statistic version 16*.

Hasil analisis deskriptif variabel ketidakpuasan konsumen pasca konsumsi sebesar 82,94%, variabel harga produk 85,07%, variabel kebutuhan mencari variasi produk 83,27% dan variabel keputusan perpindahan merek 82,48% semuanya dalam kategori baik. Analisis statistik regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y=0,228X_1+0,132X_2+0,498X_3$. Hasil uji t menunjukkan Ketidakpuasan Konsumen (X_1), dan Kebutuhan Mencari Variasi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek dari sabun pembersih wajah Biore, sedangkan variabel Harga (X_2) secara parsial berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap keputusan perpindahan merek dari sabun pembersih wajah Biore. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel ketidakpuasan konsumen, harga dan kebutuhan mencari variasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 58,40% variabel keputusan perpindahan merek dapat dijelaskan oleh ke tiga variabel independen dalam persamaan regresi, sedangkan sisanya sebesar 41,6% persen dijelaskan oleh variabel lain di luar ke empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

PT. Kao Indonesia sebaiknya meningkatkan kualitas, selalu melakukan inovasi dan memperhatikan penetapan harga terhadap produk Biore, sehingga konsumen tetap loyal terhadap produk Biore dan tidak rentan berpindah merek.

Kata Kunci: Keputusan Perpindahan Merek, Ketidakpuasan Konsumen Pasca Konsumsi, Harga dan Kebutuhan Mencari Variasi.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Pemasaran	17
1. Pengertian Pemasaran	17
2. Manajemen Pemasaran	19
B. Perilaku Konsumen	19
1. Pengertian Perilaku Konsumen	19
2. Perilaku Konsumen Terhadap Merek	21
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pilihan Konsumen	21

4. Proses Keputusan Pembelian Konsumen	23
C. Konsep Merek	26
1. Pengertian Merek	26
2. Loyalitas Merek	27
3. Fungsi Loyalitas Merek	28
4. Perpindahan Merek.....	29
5. Indikator Perpindahan Merek	31
6. Karakteristik Perpindahan Merek	32
D. Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Perpindahan Merek...	33
1. Ketidakpuasan Konsumen Pasca Konsumsi.....	33
2. Indikator Ketidakpuasan Konsumen	35
3. Harga Produk.....	36
4. Indikator Harga.....	40
5. Kebutuhan Mencari Variasi Produk	41
6. Indikator Mencari Variasi Produk	42
7. Tipe Konsumen yang Mencari Variasi	43
8. Dimensi Perilaku Mencari Variasi	44
E. Penelitian Terdahulu	44
F. Kerangka Pemikiran Teoritis	47
G. Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Tempat dan Waktu Penelitian	50
B. Populasi dan Sampel	50
1. Populasi Penelitian	50

2. Sampel Penelitian	50
C. Jenis dan Sumber Data	52
1. Jenis Data Menurut Sumber	52
2. Jenis Data Menurut Sifat	52
D. Teknik Pengumpulan Data	53
E. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Skala Pengukuran.....	53
1. Variabel Penelitian	53
2. Definisi Operasional dan Indikator.....	54
3. Skala Pengukuran	56
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	57
1. Uji Validitas.....	57
2. Uji Reliabilitas.....	58
G. Analisis Data	58
1. Analisis Deskriptif.....	58
2. Analisis Statistik Inverensial	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A. Karakteristik Responden	67
1. Berdasarkan Jenis Kelamin	67
2. Berdasarkan Usia.....	68
3. Berdasarkan Semester/Angkatan.....	69
4. Berdasarkan Rata-rata Uang Saku per Bulan	69
5. Mengenai Perpindahan Merek yang Dilakukan	70
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian	74
1. Uji Validitas.....	74

2. Uji Reliabilitas	78
C. Analisis Data	79
1. Analisis Deskriptif	79
2. Analisis Statistik Inverensial	83
D. Pembahasan	91
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perusahaan-Perusahaan Sabun Pembersih Wajah Di Indonesia	7
Tabel 1.2 Top Brand Index, Kategori Pembersih Wajah Tahun 2014 - 2016	10
Tabel 1.3 Data Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Manajemen Angkatan 2013-2016 yang Melakukan Perpindahan Merek Sabun Pembersih Wajah Biore.....	11
Tabel 3.1 Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator Dan No. Item.....	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	69
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	70
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	71
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kapan Mulai Menggunakan Sabun Pembersih Wajah Biore	71
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Melakukan Perpindahan.....	72
Tabel 4.8 Karakteristik Responden yang Berpindah dari Merek Biore ke Merek Baru	73
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Kapan Terakhir Berpindah dari Sabun Pembersih Wajah Biore ke Merek Lain.....	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Ketidakpuasan Konsumen Pasca Konsumsi	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kebutuhan Mencari Variasi	76

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Perpindahan Merek	77
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.15 Jawaban Responden Variabel Ketidakpuasan Konsumen Pasca Konsumsi	79
Tabel 4.16 Jawaban Reponden Variabel Harga	80
Tabel 4.16 Jawaban Reponden Variabel Mencari Variasi	81
Tabel 4.17 Jawaban Responden Variabel Keputusan Perpindahan Merek	82
Tabel 4.18 Analisis Regresi Linear Berganda.....	85
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial t	87
Tabel 4.20 Hasil Uji Simultan F	89
Tabel 4.21 Hasil Uji Determinasi.....	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	48
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	84
Gambar 4.2 Grafik P-plot Uji Normalitas.....	48