

ABSTRAK

PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI TERHADAP PERILAKU PERPINDAHAN MEREK

(Studi Kasus pada pelanggan simpati di STIE EKUITAS Bandung)

Ditulis oleh :

Eriyani Kosmawar, A 10090098

(Dibawah bimbingan : Dani Dagustani, Ir., MM.)

Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat setiap perusahaan harus mampu bersaing, bertahan hidup dan terus berkembang. Salah satu hal penting adalah mempertahankan pelanggan. Pada kondisi inilah loyalitas merek sangat dibutuhkan agar perusahaan mampu bertahan. Simpati sebagai penyedia layanan jasa komunikasi yang menjadi penguasa pasar saat ini terus mengalami penurunan top brand index jika dibandingkan dengan merek-merek pesaing. Untuk itu ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi memegang peranan penting dalam terciptanya perpindahan terhadap suatu merek. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi pada pengguna GSM prabayar simpati

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, peneliti mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner terhadap 100 responden yang merupakan mahasiswa STIE EKUITAS. Data yang didapat diolah secara manual maupun program komputer. Uji statistik yang digunakan untuk menganalisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis *path*, uji normalitas serta uji hipotesis.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah ketidakpuasan konsumen GSM prabayar yang masuk kedalam kategori cukup buruk dimana konsumen merasakan keluhan setelah menggunakan GSM prabayar simpati dan kebutuhan mencari variasi GSM prabayar simpati yang masuk kedalam katagori cukup buruk dimana konsumen GSM prabayar simpati merasa ingin mencoba merek GSM prabayar lain. Hubungan ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi secara simultan berpengaruh terhadap perilaku perpindahan merek dengan kontribusi sebesar 92%, sedangkan 8% lainnya dipengaruhi faktor lain. Dimana kebutuhan mencari variasi berpengaruh lebih besar 50% dibandingkan ketidakpuasan konsumen sebesar 42%.

Kata Kunci : Ketidakpuasan konsumen, Kebutuhan mencari variasi, dan perilaku perpindahan merek

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF DISSATIFICATION CONSUMER AND VARIETY SEEKING IN BRAND SWITCHING BEHAVIOR CONSUMER PROVIDER

SIMPATI

(Case Study on Consumers Provider Simpati in STIE EKUITAS)

Arranged by :

Eriyani Kosmawar, A10090098

(Conselor Lecture : Dani Dagustani, Ir., MM.)

In the condition of thight competition each company must be able to compete, survive and continue to grow. One of the important thing is to maintain a customer. On the condition that brand loyalty is necessary so that the company was able to survive. Simpati is provider of communication service as leader market current continues to decline Top Brand Index when compared to competitor. The dissatisfaction consumer and variety seeking important in the creation of brand switching

The data collected in this study consists of primary and secondary data. By using the method of descriptive and verifikatif, researchers collect the data with a questionnaire to 100 respondent who are students STIE EKUITAS. The data were processed manually or a computer program. Statistical tests that are used to analyze the data includes test validity and reliability, path analysis, analysis of the determination as well as test the hypothesis.

Conclusion of this research is dissatisfaction consumer is bad enough where consumer feel complaint after using provider simpati and variey seeking is bad enough where consumer want try anoter provider brand. The relation of the dissatisfaction consumer and variety seeking simultaneously influence in brand switching behavior with a contribution of 92% while the 8% influence other factor. Where is variety seeking have effect preponderant 50 % be compared dissatisfaction consumer 42%

Keyword : Dissatification consumer. Variety seeking, and brand switching behavior