

ABSTRACT

Research aims to know the influence of unsatisfaction consumers and variety seeking fuel Pertamina toward brandswitch decision fuel Shell. Development of the Shell in Indonesia especially in Bandung is very fast. The conclusion can be seen from the large gas fuel that has built in Bandung. Opportunity for those who feel discontent in doing brandswitch by choice against fuel in Indonesia is not much.

When the performance of the product lower than the expectations of the consumers, then the consumer will be experiencing dissatisfaction and it will give rise to the behavior of the transition brand. Variety seeking is behavior in a conscious consumers to buy other brands because it is pushed to get involved or try new things, curiosity with the things that new or to resolve the problem of overfullness against an old thing.

Research Method used is survey with objects surveyed is Pertamina and Shell. The population is the society of Bandung using fuel Pertamina and Shell, the sample is the student Maranatha Christian University that using fuel Pertamina and Shell.

The result obtained was that as much as 82,7 % influence consumer dissatisfaction and variety seeking with the resolution of the brandswitch. Variety seeking to influence the most in the resolution of consumers do the brandswitch is as much as 78,5 %.

With the results of this research, expected the Pertamina can innovate such as gives some discount attractive to consumers and call attention to customers to can retract its customers who have lost.

Keywords: consumer dissatisfaction, variety seeking, brandswitch.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan konsumen dan *variety seeking* bahan bakar pertamina terhadap keputusan perpindahan merek bahan bakar shell. Perkembangan shell di indonesia khususnya di bandung sangat pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya spbu yang telah dibangun di kota bandung. Kesempatan bagi konsumen yang merasakan ketidakpuasan dalam melakukan perpindahan merek karena pilihan terhadap bahan bakar di indonesia tidaklah banyak.

Saat kinerja produk lebih rendah dari harapan konsumen, maka konsumen akan mengalami ketidakpuasan dan hal ini akan menimbulkan perilaku peralihan merek. *variety seeking* adalah perilaku secara sadar konsumen untuk membeli merek lain karena terdorong untuk terlibat atau mencoba hal-hal baru, rasa ingin tahu dengan hal-hal yang baru atau untuk mengatasi masalah kejenuhan terhadap hal yang lama.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan objek yang diteliti adalah pertamina dan shell. Populasinya adalah masyarakat kota bandung yang menggunakan bahan bakar pertamina dan shell, sampelnya adalah mahasiswa universitas kristen maranatha yang menggunakan bahan bakar pertamina dan shell.

Hasil yang diperoleh adalah sebesar 82,7% pengaruh ketidakpuasan konsumen dan *variety seeking* terhadap keputusan perpindahan merek. *Variety seeking* menjadi pengaruh paling besar dalam keputusan konsumen melakukan perpindahan merek yaitu sebesar 78,5%.

Dengan hasil penelitian ini, diharapkan pihak pertamina dapat berinovasi seperti memberikan potongan-potongan harga yang menarik bagi konsumen dan memperhatikan pelanggan agar dapat menarik kembali pelanggan yang telah hilang.

Kata kunci : ketidakpuasan konsumen, *variety seeking*, perpindahan merek.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK

MENGGUNAKAN PERUSAHAAN

KATA PENGANTAR i

ABSTRACT iv

ABSTRAK v

DAFTAR ISI vi

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.3 Tujuan Penelitian 6

1.4 Manfaat Penelitian	6
------------------------------	---

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	8
2.1.2 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	9
2.1.3 Tipe-Tipe Pembuatan Keputusan Pembelian	10
2.1.4 Ketidakpuasan Konsumen.....	11
2.1.5 Konsep <i>Variety Seeking</i>	13
2.1.6 Perpindahan Merek	16
2.1.7 Kepuasan/Ketidakpuasan Konsumen Pasca Pembelian.....	18
2.1.8 Ketidakpuasan Konsumen dan Perpindahan Merek	19
2.1.9 <i>Variety Seeking</i> dan Perpindahan Merek	20
2.2 Rerangka Teoritis	21
2.3 Rerangka Pemikiran	22
2.4 Riset Sebelumnya.....	23
2.5 Model Penelitian	25
2.6 Hipotesis.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Objek Penelitian	27
3.3. Teknik Pengumpulan Data	27
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	28

3.5 Populasi dan Sampel	29
3.6 Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.7 Metode Analisis Data.....	30
3.7.1 Instrumen Penelitian	30
3.7.2 Uji Outliers	31
3.7.3 Uji Normalitas	32
3.7.4 Uji Validitas.....	32
3.7.5 Uji Reliabilitas	33
3.7.6 Uji Regresi.....	34
3.7.7 Uji Hipotesis	35
3.7.8 Uji Koefisien Determinasi	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	38
4.1.1 Usia	38
4.1.2 Jenis Kelamin.....	39
4.2 Pernyataan responden mengenai variabel ketidakpuasan konsumen.....	40
4.2.1 Kualitas produk bahan bakar yang anda gunakan saat ini lebih memberikan kepuasan.....	40
4.2.2 Anda ingin beralih pada produk shell karena anda tidak mendapatkan kepuasan pada produk pertamina.....	41
4.2.3 Anda tidak menemukan kepuasan kualitas pada produk pertamina.....	42

4.3 Pernyataan responden mengenai variabel kebutuhan mencari variasi	
produk (<i>variety seeking</i>)	43
4.3.1 Anda bosan dengan produk pertamina.....	43
4.3.2 Anda lebih suka mencoba produk shell yang belum pernah	
anda coba.....	44
4.3.3 Anda tidak khawatir dalam mencoba produk shell.....	45
4.4 Pernyataan responden mengenai variabel keputusan perpindahan	
merek.....	47
4.4.1 Anda berpindah dari produk pertamina karena ada mengalami	
ketidakpuasan pasca konsumsi.....	47
4.4.2 Bahan bakar shell yang anda gunakan saat ini disebabkan	
karena adanya rasa penasaran.....	48
4.4.3 Anda berhenti menggunakan produk pertamina dan segera	
menggantinya dengan produk shell.....	49
4.5 Uji Normalitas	50
4.6 Uji Outlier	52
4.7 Uji Validitas	53
4.8 Uji Reliabilitas	55
4.8.1 Uji reliabilitas ketidakpuasan konsumen	57
4.8.2 Uji reliabilitas <i>variety seeking</i>	58
4.8.3 Uji reliabilitas perpindahan merek	60
4.9 Uji hipotesis	61
4.10 Koefisien determinasi.....	63

4.11 Pembahasan.....	64
----------------------	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	67
--------------------	----

5.2 Saran.....	68
----------------	----

5.3 Keterbatasan penelitian	69
-----------------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar I Rerangka Teoritis.....	21
Gambar II Rerangka Pemikiran	22
Gambar III Model Penelitian	25

DAFTAR TABEL

Tabel I Penelitian Terdahulu	25
Tabel II Devinisi Operasional Variabel	29
Tabel III Kriteria Reliabilitas.....	34
Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel VI Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Produk Bahan Bakar Yang anda Gunakan Saat ini Lebih Memberikan Kepuasan	40
Tabel VII Pernyataan Responden Terhadap Anda Ingin Beralih Pada Produk Shell Karena Tidak Mendapatkan Kepuasan Pada Produk Pertamina.....	41
Tabel VIII Pernyataan Responden Terhadap Anda Tidak Menemukan Kepuasan Kualitas Pada Produk Pertamina	42
Tabel VIII Pernyataan Responden Terhadap Anda Bosan Dengan Produk Pertamina	43
Tabel X Pernyataan Responden Terhadap Anda Lebih Suka Mencoba Produk Shell Yang Belum Pernah Anda Coba.....	44
Tabel XI Pernyataan Responden Terhadap Anda Tidak Khawatir Dalam Mencoba Produk Shell	45
Tabel XII Pernyataan Responden Terhadap Anda Berpindah Dari Produk Pertamina Karena Anda Mengalami Ketidakpuasan Pasca Konsumsi.....	47

Tabel XIII Pernyataan Responden Terhadap Bahan Bakar Shell Yang	
Anda Gunakan Saat Ini Disebabkan Adanya Rasa Penasaran	48
Tabel XIV Pernyataan Responden Terhadap Anda Berhenti	
Menggunakan Produk Pertamina Dan Segera Menggantinya Dengan	
Produk Shell	49
Tabel XV <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	51
Tabel XVI Data Bebas Outlier	52
Tabel XVII Ketidakpuasan Konsumen	54
Tabel XVIII <i>Variety Seeking</i>	54
Tabel XVIII Keputusan Perpindahan Merek	55
Tabel XX Kriteria Reliabilitas	55
Tabel XXI Uji Reliabilitas Ketidakpuasan Konsumen	
(<i>Reliability Statistics</i>)	57
Tabel XXII Uji Reliabilitas Ketidakpuasan Konsumen	
(<i>Item Statistics</i>)	57
Tabel XXIII Uji Reliabilitas Ketidakpuasan Konsumen	
(<i>Item –Total Statistics</i>)	58
Tabel XXIV Uji Reliabilitas <i>Variety Seeking (Reliability Statistics)</i>	58
Tabel XXV Uji Reliabilitas <i>Variety Seeking (Item Statistics)</i>	59
Tabel XXVI Uji Reliabilitas <i>Variety Seeking (Item-Total Statistics)</i>	59
Tabel XXVII Uji Reliabilitas Perpindahan Merek	
(<i>Reliability Statistics</i>)	60
Tabel XXVIII Uji Reliabilitas Perpindahan Merek (<i>Item Statistics</i>)	60

Tabel XXVIII Uji Reliabilitas Perpindahan Merek

<i>(Item-Total Statistics)</i>	61
Tabel XXX Uji Hipotesis (<i>Coefficients</i>)	62
Tabel XXXI Uji Hipotesis (ANOVA)	63
Tabel XXXII Koefisien Determinasi (<i>Model Summary</i>)	64

DAFTAR LAMPIRAN

Kuisisioner

Hasil Perhitungan SPSS

Jurnal