

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek. Penelitian ini juga melihat dampak dari kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi pada perilaku perpindahan merek. Model regresi yang digunakan dalam penelitian menggunakan regresi linear berganda dan uji nilai selisih mutlak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek. Karakteristik kategori produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek. Sedangkan kebutuhan mencari variasi merupakan prediktor moderasi (*Predictor Moderasi Variable*), artinya bahwa variabel moderasi ini hanya berperan sebagai variabel prediktor (independen) dalam model hubungan yang dibentuk.

Kata kunci: ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, kebutuhan mencari variasi, perpindahan merek

ABSTRACT

This research aims to analyze the customer dissatisfaction, characteristic of product category and variety-seeking needs on brand switching behavior. This research also seems on the impact of the variety-seeking needs as a moderating variable on brand switching behavior. The regression model that is used in this research are multiple linear regression and absolute deviation test value.

The result of this research shows that the customer dissatisfaction and variety-seeking needs affected positively and significantly on brand switching behavior. Characteristic of product category does not influence significantly on the decision of brand switching. Meanwhile, variety-seeking needs is predictor moderation variable, means, this moderation variable has a function as a predictor variable (independent) in relation model that being formed.

Keywords: customer dissatisfaction, characteristic product, variety-seeking, brand switching

