

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN KEINGINAN
MENCARI VARIASI TERHADAP PERPINDAHAN MEREK
PRODUK SABUN PEMBERSIH WAJAH MEREK BIORE KE
MEREK POND'S**

(Survey Pada Konsumen Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Bagian Dari Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh :

Dian Novitasari

20200510164

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2024

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KEIDAKPUASAN KONSUMEN DAN KEINGINAN Mencari VARIASI TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PRODUK SABUN PEMBERSIH WAJAH MEREK BIORE KE MEREK POND'S

(Survey pada Konsumen di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

DIAN NOVITASARI
20200510164

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penguji :

Penguji I,



r. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Penguji II,



Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si
NIK. 41038971055

Penguji III,



Tatang Rojs, S.E., M.Si
NIK. 41038091295

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KEIDAKPUASAN KONSUMEN DAN KEINGINAN Mencari
VARIASI TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PRODUK SABUN
PEMBERSIH WAJAH MEREK BIORE KE MEREK POND'S**

(Survey pada Konsumen di Kabupaten Kuningan)


Disusun Oleh :

DIAN NOVITASARI
20200510164

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, 3 Juli 2024

Pembimbing I,



Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si
NIK. 41038971055

Pembimbing II,



H. Ilham Akbar, S.E., M.Si
NIK. 410104700197

Mengetahui,



Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Dr. H. Lili Karmela F, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen,

Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTITAS

Yang bertanda tangan dibawah ni :

Nama : Dian Novitasari

NIM : 20200510164

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Keinginan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Dari Produk Sabun Pembersih Merek Biore ke Merek Pond's (Survey Pada Konsumen Kabupaten Kuningan)**". Benar asli hasil saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya jadi tanggung jawab saya.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya.

Kuningan, September 2024



Dian Novitasari
NIM. 20200510164

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Allah tidak berjanji bahwa langit akan selalu biru, tapi Allah berjanji bersama dengan kesulitan ada kemudahan.”

“Hidup ini indah, jangan kau hilangkan keindahannya dengan ketidakmampuanmu mensyukurinya.”

(Ustadzah Halimah Alaydrus)

“Keberkahan hidupmu bergantung dari seberapa bermanfaat dirimu bagi orang lain.”

(Ustadzah Halimah Alaydrus)

PERSEMBAHAN

“Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang yang sangat saya cintai yaitu ayah dan ibu saya yang sudah mengajarkan banyak hal kepada saya, yang selalu mensupport saya dalam hal apapun, yang selalu menasehati saya, yang selalu berada di samping saya, yang selalu menguatkan saya, memotivasi saya dalam mengerjakan kebaikan dan tiada henti berdo'a untuk saya. Dan untuk keluarga saya serta teman-teman saya yang selalu menghibur , mensupport dan mendoakan saya.”

ABSTRAK

DIAN NOVITASARI, Nomor Induk Mahasiswa 20200510164. Judul skripsi “Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Keinginan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek Dari Produk Sabun Pembersih Wajah Merek Biore ke Merek Pond’s pada Konsumen Kabupaten Kuningan.”. Dibimbing oleh Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi S.E., M. Si. dan Bapak H. Ilham Akbar S.E., M.Si. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Keinginan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Produk Sabun Pembersih Wajah Merek Biore ke Merek Pond’s pada konsumen di Kabupaten Kuningan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ketidakpuasan Konsumen dan *Variety Seeking* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Perpindahan Merek Produk Sabun Pembersih Wajah Merek Biore ke Merek Pond’s. Ketidakpuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perpindahan Merek Produk Sabun Pembersih Wajah Merek Biore ke Merek Pond’s. *Variety Seeking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perpindahan Merek Produk Sabun Pembersih Wajah Merek Biore ke Merek Pond’s.

Kata Kunci : Ketidakpuasan Konsumen, Keinginan Mencari Variasi dan Perpindahan Merek

ABSTRACT

DIAN NOVITASARI, Student Identification Number 20200510164. Thesis title "The Influence of Consumer Dissatisfaction and Variety Seeking on Brand Switching of Biore Facial Cleansing Soap Products to the Pond's Brand on Consumers in Kuningan Regency." Supervised by Dr. H. Dikdik Harjadi S.E., M. Si. and Mr. H. Ilham Akbar S.E., M.Si. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University.

This research aims to determine the influence of consumer dissatisfaction and variety seeking on brand switching of facial cleansing soap products from the Biore brand to the Pond's brand among consumers in Kuningan Regency. This research was conducted using quantitative methods, the number of samples in this research was 100 respondents. The data collection technique used in this research is multiple linear regression analysis. The research results show that consumer dissatisfaction and variety seeking together have a significant influence on brand switching of facial cleansing soap products from the Biore brand to the Pond's brand. Consumer dissatisfaction has a positive and significant influence on brand switching of facial cleansing soap products from the Biore brand to the Pond's brand. Variety Seeking has a positive and significant influence on the Brand Transfer of Biore Facial Cleansing Soap Products to the Pond's Brand.

Keywords: Consumer Dissatisfaction, Variety Seeking and Brand Switching

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN KEINGINAN Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Dari Sabun Pembersih Wajah Merek Biore ke Merek Pond’s (Survey Pada Konsumen Kabupaten Kuningan)”**

Adapun penyusunan Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen di Universitas Kuningan. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini.

Peneliti sangat berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih.

Kuningan, September 2024

Dian Novitasari
NIM. 20200510164

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah hirabbil'alamin, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Illahi Rabbi karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan *Variety Seeking* terhadap Perpindahan Merek Produk Sabun Pembersih Wajah Merek Biore ke Merek Pond's (Survey pada Konsumen Kabupaten Kuningan) sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan (S1).

Dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa Ridho dari Allah SWT dan berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak sekali menghadapi kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, arahan, bimbingan dan dukungan dari beberapa pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Kedua orang tua penulis Bapak Edy Supryadi dan Almh. Ibu Ira Irawati terimakasih telah menjadi orang tua yang sangat luar biasa, yang tidak pernah lelah mengajarkan kebaikan, memberi semangat penuh, mendorong, memotivasi, dan tidak pernah putus memanjatkan do'a terbaik untuk penulis selama ini.
2. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan, Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, membina dan memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak H. Ilham Akbar S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan penulis, dan memberi nasehat yang sangat berarti bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., ME. Sy selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Ibu Enung Nurhayati, S.E., M.Si., Ak., C.A selaku Wakil Dekan I dan Bapak Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

6. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu, arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan.
8. Untuk diriku sendiri terimakasih telah berjuang selama ini sehingga berada di titik ini, terimakasih telah menjadi pribadi yang kuat dan semoga selalu kuat, selalu sabar, selalu ikhlas menerima kenyataan dalam hidup dan selalu bersyukur dengan semua yang sudah menjadi ketetapan-Nya, karena kunci dari kebahagiaan dan ketenangan hidup adalah sabar, ikhlas dan bersyukur. Keberhasilan selama 4 tahun menimba ilmu di Perguruan Tinggi Universitas Kuningan tidaklah mudah, banyak sekali hambatan dan halangan yang telah penulis lewati semuanya dan hasil dari semuanya berbuah manis dengan Gelar Sarjana Ekonomi.
9. Terimakasih untuk kakak perempuanku Lia Mitrifah Daliani, kakak iparku Dandi Ubaidillah dan adik laki-lakiku Setiawan, serta seluruh keluarga yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas segala dukungan, semangat, motivasi, canda tawa dan senantiasa memanjatkan do'a untuk penulis yang menjadi kekuatan bagi penulis.
10. Terimakasih untuk sahabat-sahabatku Ana Marlioni, Gina Amalia Agisti dan Salsa Silvana yang selalu menghibur dengan tingkah konyol yang menjadi canda tawa, motivasi, dukungan, semangat dan selalu memanjatkan do'a agar bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan bersama.
11. Terimakasih untuk seluruh teman dan orang-orang sekitar penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu dan semua pihak terkait akan penyelesaian skripsi ini, terimakasih untuk do'a dan dukungannya.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya untuk kita semua. Terimakasih untuk do'a, motivasi, semangat dan dukungan-dukungan yang telah diberikan selama ini, semoga dapat menjadi amal ibadah dihadapan Allah SWT. Aamiin

Kuningan, September 2024
Penulis

Dian Novitasari
NIM. 20200510164

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis	6
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Perpindahan Merek	9
2.1.2.1 Pengertian Perpindahan Merek.....	9
2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perpindahan Merek.....	10
2.1.2.3 Dimensi Perpindahan Merek	12
2.1.2.4 Indikator Perpindahan Merek	12
2.1.3 Ketidakpuasan Konsumen	12

2.1.3.1	Pengertian Ketidakpuasan Konsumen	12
2.1.3.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi Ketidakpuasan Konsumen	13
2.1.3.3	Dimensi Ketidakpuasan Konsumen.....	13
2.1.3.4	Indikator Ketidakpuasan Konsumen.....	14
2.1.4	Keinginan Mencari Variasi	14
2.1.4.1	Pengertian Keinginan Mencari Variasi.....	14
2.1.4.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi Keinginan Mencari Variasi.....	14
2.1.4.3	Dimensi Keinginan Mencari Variasi	15
2.1.4.4	Indikator Keinginan Mencari Variasi	15
2.1.5	Hubungan Antar Variabel.....	15
2.1.4.5	Ketidakpuasan Konsumen, Dan Keinginan Mencari Variasi Dengan Perpindahan Merek.....	15
2.1.5.1	Hubungan Ketidakpuasan Konsumen dengan Perpindahan Merek.	16
2.1.5.2	Hubungan Keinginan Mencari Variasi dengan Perpindahan Merek	16
2.1.6	Penelitian Terdahulu	17
2.2	Kerangka Berfikir	21
2.3	Hipotesis	22
BAB III	METODE PENELITIAN	30
3.1	Metode Penelitian	30
3.2	Operasionalisasi Variabel	30
3.3	Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel	32
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1	Sumber Data	34
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5	Uji Instrumen	36
3.5.1	Uji Validitas.....	36
3.5.2	Uji Reliabilitas	38
3.6	Teknik Analisis Data.....	40
3.6.1	Analisis Data Deskriptif.....	40

3.7	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.7.1	Uji Normalitas.....	41
3.7.2	Uji Multikolinearitas.....	42
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	42
3.7.4	Uji Regresi Linier Berganda.....	43
3.7.5	Koefisien Determinasi (R2).....	43
3.8	Uji Hipotesis	44
3.8.1	Uji F (Uji Simlutan).....	44
3.8.2	Uji t (Uji Parsial).....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Hasil Penelitian	50
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden	54
4.1.3	Teknik Pengumpulan Data.....	56
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	64
4.1.5	Uji Hipotesis	68
4.2	Pembahasan.....	70
4.2.1	Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Keinginan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek.....	70
4.2.2	Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek.....	71
4.2.3	Pengaruh Keinginan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	73
DAFTAR PUSTAKA		75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indonesia Sabun Pembersih Wajah.....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Sabun Pembersih Wajah	2
Tabel 1.2 Hasil Pra Survey Mengenai Perpindahan Merek	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	31
Tabel 3.2 Skala Jawaban Kuesioner.....	37
Tabel 3.3 Uji Validitas Ketidakpuasan Konsumen	39
Tabel 3.4 Uji Validitas Keinginan Mencari Variasi.....	40
Tabel 3.5 Uji Validitas Perpindahan Merek.....	41
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Ketidakpuasan Konsumen	42
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Keinginan Mencari Variasi.....	43
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Perpindahan Merek	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Ketidakpuasan Konsumen	57
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Keinginan Mencari Variasi.....	60
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Perpindahan Merek	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	73
Tabel 4.12 Hasil Uji t (Uji Parsial)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	28
Gambar 4.1 Logo Biore.....	50
Gambar 4.2 Logo Pond's	53
Gambar 4.3 Gambaran Kategori Variabel Ketidakpuasan Konsumen	60
Gambar 4.4 Gambaran Kategori Variabel Keinginan Mencari Variasi.....	63
Gambar 4.5 Gambaran Kategori Variabel Perpindahan Merek.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
Surat Permohonan Izin Penelitian
Berita Acara Bimbingan Skripsi
Transkrip Aktivitas Kemahasiswaan
- Lampiran II : Surat Pengantar Kuesioner dan Kuesioner
Pengantar Kuesioner dan Kuesioner pada Google Form
Pengantar Pra Survey pada Google Form
- Lampiran III : Data Primer Hasil Pengumpulan Responden
Data Primer Hasil Pengumpulan Pra Survey Faktor Minat beli
- Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SPSS Versi 25
- Lampiran V : Tabel r (taraf signifikansi 0,05)
Tabel t (taraf signifikansi 0,05)
Tabel F (taraf signifikansi 0,05)
- Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup