

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN Mencari VARIASI
TERHADAP PERPINDAHAN MEREK DARI MEREK PRODUK
KECANTIKAN Implora ke MEREK LAIN**

(Survei terhadap konsumen produk Implora di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen



Disusun Oleh:

SALSABILA KHATAMI

NIM. 20200510330

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN Mencari VARIASI
TERHADAP PERPINDAHAN MEREK DARI MEREK PRODUK
KECANTIKAN IMPLORA KE MEREK LAIN**

(Survei terhadap konsumen produk Implora Kabupaten Kuningan)

Oleh :

SALSABILA KHATAMI

20200510330

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 14 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



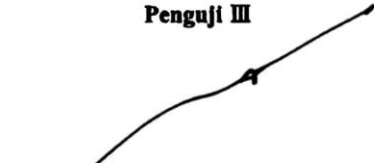
Prof. Dr. H. Disman, MS
NIP. 19590209198412101

Penguji II



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

Penguji III



Vigory G. Manalu, S.E., M.M., Dr.M.
NIK. 410108920219

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN Mencari VARIASI
TERHADAP PERPINDAHAN MEREK DARI MEREK PRODUK
KECANTIKAN IMPLORA KE MEREK LAIN**

(Survei terhadap konsumen produk Implora Kabupaten Kuningan)

Oleh :

SALSABILA KHATAMI

20200510330

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Pembimbing I

Pembimbing II



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



Vigory G. Manalu, S.E., M.M., Dr.M.
NIK. 410108920219

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., M.E.Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN Mencari VARIASI TERHADAP PERPINDAHAN MEREK DARI MEREK PRODUK KECANTIKAN IMPLORA KE MEREK LAIN" (Survey pada Masyarakat di Kabupaten Kuningan)" beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan ataupun kutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang akan dijatuhkan kepada saya apabila kemudian terdapat adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini.

Kuningan, Mei 2024

Yang membuat pernyataan



SALSABILA KHATAMI
20200510330

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Selalu ada harga dalam setiap proses. Selalu ada hasil dalam setiap lelah yang dijalani. Masa depan adalah milik kita yang percaya dengan impian dan jangan biarkan impian itu terhalang oleh diri sendiri.”

PERSEMBAHAN

“Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucapkan syukur atas rahmat Allah Swt, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orangtua tercinta yaitu (Alm) Papah tercinta yang telah lebih dahulu berada disisi Allah SWT dan Mamah tercinta yang sudah begitu sabar, kuat dan memberikan seluruh kasih sayangnya juga do'a tak terhingga”

ABSTRAK

SALSABILA KHATAMI. 20200510330. 2024. “PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN Mencari VARIASI TERHADAP PERPINDAHAN MEREK DARI MEREK PRODUK KECANTIKAN IMPLORA KE MEREK LAIN (Survey pada Masyarakat di Kabupaten Kuningan)” Pembimbing I Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M. SI. Pembimbing II Vigory G. Manalu, S.E., M.M., Dr.M. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kuningan.

Fenomena dalam penelitian ini adalah produk kecantikan yang berhasil memimpin penjualan dengan meraih *market share* tertinggi diantara brand kosmetik lainnya adalah produk Implora yang mampu menguasai pangsa pasar produk kecantikan yang terkuat di kategori skin care dan body care, produk lokal Implora mampu meraih pangsa pasar terbesar kedua yaitu 15,5 persen yang merupakan produk lokal pada tahun 2022. Seiring dengan berjalannya waktu dan munculnya produk kecantikan yang bervariasi dengan mengikuti perkembangan zaman pada saat ini, kedudukan produk implora ini tergeser dengan produk produk lain. Maka dapat diartikan bahwa *market share* produk implora mengalami pertumbuhan yang negatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau menganalisis pengaruh ketidakpuasan konsumen dan mencari variasi terhadap perpindahan merek. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Instrumen penelitian ini berupa penyebaran kuesioner melalui *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Hasil pengujian hipotesis yang diajukan menunjukkan bahwa (1) ketidakpuasan konsumen dan mencari variasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap perpindahan merek. (2) ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan merek. (3) mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan merek.

Kata Kunci : Ketidakpuasan Konsumen, Mencari Variasi, Perpindahan Merek

ABSTRACT

SALSABILA KHATAMI. 20200510330. 2024. "THE INFLUENCE OF CONSUMER DISSATISFACTION AND SEARCH FOR VARIATIONS ON BRAND MOVING FROM THE IMPLORA BEAUTY PRODUCT BRAND TO OTHER BRANDS (Survey of the Community in Kuningan Regency)" Supervisor I Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M. SI. Supervisor II Vigory G. Manalu, S.E., M.M., Dr.M. Management Study Program, Faculty of Economics, Kuningan University.

The phenomenon in this research is that the beauty product that succeeded in leading sales by achieving the highest market share among other cosmetic brands is the Implora product which was able to dominate the strongest beauty product market share in the skin care and body care categories, the local Implora product was able to achieve the second largest market share, namely 15.5 percent will be local products in 2022. As time goes by and the emergence of various beauty products that follow current developments, the position of this implora product is being shifted to other products. So it can be interpreted that the market share of Impora products is experiencing negative growth. This research aims to determine or analyze the influence of consumer dissatisfaction and looking for variations on brand switching. The samples taken were 100 people. This research instrument is in the form of distributing questionnaires via Google From. The data analysis technique used is the Statistical Program for Social Science (SPSS). The results of testing the proposed hypothesis show that (1) consumer dissatisfaction and seeking variety together influence brand switching. (2) consumer dissatisfaction has a positive and significant effect on brand switching. (3) looking for variations has a positive and significant effect on brand switching.

Keywords: Consumer Dissatisfaction, Looking for Variety, Brand Switching

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT tuhan yang maha esa,serta mengucapkan alhamdulillah karena kasih dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini yang berjudul “PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN Mencari VARIASI TERHADAP PERPINDAHAN MEREK DARI MEREK PRODUK KECANTIKAN IMPLORA KE MEREK LAIN” (survey terhadap konsumen produk implora di Kabupaten Kuningan). Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pendidikan pada jurusan Manajemen Bisnis di Universitas Kuningan. Dalam penyusunan Skripsi ini, tidak sedikit hambatan yang dihadapi penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, namun dengan semangat dan ketelatenan akhirnya peneliti dapat menyelesaikannya.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada Bapak Dr.H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si dan Bapak Dr.Vigory Gloriman Manalu, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada peneliti selama proses penyelesaian proposal penelitian, atas bimbingan beliau penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dan tidak lupa pula kepada keluarga dan sahabat yang telah memberikan dukungan dan semangat selama ini. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini terdapat kekurangan dan kesalahan. oleh karena itu penulis mengharapkan berbagai saran dan kritik yang membangun agar penelitian yang berkualitas dapat terwujud. penulis sangat berharap proposal penelitian ini bermanfaat bagi kita semua akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Kuningan, Januari 2024

Penulis,

Salsabila Khatami

20200510330

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah robbil aalamiin. Puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat dengan waktunya. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan. Namun berkat rahmat Allah SWT dan do'a serta adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari mereka penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Allah SWT, Tuhan semesta alam. Dan Nabi besar Muhammad SAW. Beserta keluarga dan umatnya hingga akhir zaman.
2. Papah tercinta Alm. M. ariswan yang telah terlebih dahulu berada di sisi Allah swt, terimakasih telah memenuhi kebutuhan dan keinginan putri pertamanya ini semasa hidupnya dan sudah berjuang untuk kehidupan, terimakasih sudah memberikan support dan pengalamannya selama dibangku kuliah pada saat di awal perkuliahan putrinya ini. beliau memang tidak sempat melihat kelulusan putri pertamanya ini tetapi beliau pasti tersenyum disana.
3. Mamah tersayang Lina setiawati, terimakasih atas semua perjuangannya hingga bisa menemani putrinya hingga saat ini beliau tiada henti memberikan kasih sayang, semangat dengan penuh cinta dan selalu

memberikan dukungan, serta do'a yang dipanjatkan selama ini sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

4. Adikku Zidan alikhshan yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan doanya sampai saat ini.
5. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.M selaku pembimbing 1, dan juga selaku Rektor Universitas Kuningan yang meluangkan waktunya serta memberikan ilmu dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Vigory gloriman manalu S.E., M.M., Dr.M.M selaku pembimbing 2, yang telah meluangkan waktunya serta memberikan ilmu dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Oding Syafrudin,S.Si., M.M selaku Pembimbing Akademik
8. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy., selaku Ketua Program Studi Manajemen
9. Seluruh Dosen dan segenap Staf Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan.
10. Sahabat-sahabatku, Bunga Azzarri, Elsa Safitri, Widi Suci Alawiyah, yang telah menemani disaat susah maupun senang, memberikan semangat serta do'a pada proses pangerjan skripsi, dan bersama-sama berjuang untuk menuntaskan jenjang S1 ini.
11. Kepada semua pihak yang sudah membantu penulis skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu baik di dalam maupun diluar lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.

12. Terakhir terimakasih untuk diri sendiri yang telah berjuang hingga saat ini.

Apresiasi yang sebesar besarnya karena sudah berani memulai dan berhasil menyelesaikannya tanpa kata menyerah.

Akhir kata penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan.

Semoga atas kebaikan yang telah dilakukan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT baik didunia maupun diakhirat dengan pahala yang berlipat ganda. Aaminn.

Kuningan, 11 Mei 2024

Penulis

Salsabila Khatami

20200510330

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
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.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Perpindahan Merek	11
2.1.3 Ketidakpuasan Konsumen.....	13
2.1.4 Mencari variasi.....	15
2.1.5 Hubungan antar Variabel	16

2.1.6	Penelitian terdahulu.....	18
2.2	Kerangka.....	22
2.3	Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		24
3.1	Metode Penelitian.....	24
3.2	Operasional Variabel.....	25
3.2.1	Variabel Penelitian.....	25
3.2.2	Variabel Independen.....	25
3.2.3	Variabel Dependen.....	25
3.3	Populasi dan Sampel.....	27
3.3.1	Populasi.....	27
3.3.2	Sampel.....	27
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	29
3.4.1	Jenis Data.....	29
3.4.2	Sumber Data.....	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6	Uji Instrumen.....	30
3.6.1	Uji Validitas.....	30
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	32
3.7	Teknik Analisis Data.....	34
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	34
3.7.2	Analisis Verifikatif.....	35
3.8	Uji Hipotesis.....	38
3.8.1	Uji Parsial (Uji f).....	38
3.8.2	Uji Parsial (Uji t).....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Hasil Penelitian.....	41
4.1.1 Sejarah Perusahaan	41
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden	42
4.1.3 Teknik Analisis Data	44
4.1.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
4.1.4 Koefisien Determinasi.....	66
4.1.5 Hasil Uji Hipotesis	67
4.2 Pembahasan	70
4.2.1 Pengaruh ketidakpuasan konsumen dan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek	70
4.2.2 Pengaruh ketidakpuasan konsumen secara parsial terhadap keputusan perpindahan merek.	71
4.2.3 Pengaruh kebutuhan mencari variasi secara parsial terhadap keputusan perpindahan merek	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 RESEARCH GAP	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel	26
Tabel 3. 2 Uji validitas ketidakpuasan konsumen (X3).....	31
Tabel 3. 3 Uji validitas mencari variasi (X2).....	32
Tabel 3. 4 Uji validitas perpindahan meek (Y).....	32
Tabel 3. 5 Uji reliabilitas instrumen Variabel X1,X2, dan Y.....	34
Tabel 3. 6 Kriteria Jawaban Responden.....	36
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4. 2 Golongan Usia Responden.....	43
Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	44
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel.....	45
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Indikator Pengujian Ketidakpuasan Konsumen.....	51
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Indikator Pengujian Mencari Variasi.....	55
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Indikator Perpindahan Merek.....	60
Tabel 4. 8 Uji Normalitas.....	61
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4. 10 Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4. 11 Uji Autokorelasi.....	63
Tabel 4. 12 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi.....	66
Tabel 4. 14 Uji F.....	68
Tabel 4. 15 Uji t.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Produk Kecantikan	2
Gambar 1. 2 Penggunaan produk Implora	3
Gambar 1. 3 Penilaian terhadap produk Implora	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4. 1 Daerah Kriteria Variabel Ketidakpuasan Konsumen (X1)	48
Gambar 4. 2 Daerah Kriteria Variabel Mencari Variasi (X2)	54
Gambar 4. 3 Daerah Kriteria Variabel Perpindahan Merek (Y).....	58

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I SURAT PENGANTAR BIMBINGAN SKRIPSI

LAMPIRAN II BERITA ACARA BIMBINGAN

LAMPIRAN III ANGKET PRA SURVEY

LAMPIRAN IV ANGKET KUESIONER 100 RESPONDEN

LAMPIRAN V HASIL KUESIONER 100 RESPONDEN

LAMPIRAN VI OUTPUT SPSS

LAMPIRAN VII RUMUS TABEL F, T, DAN R

LAMPIRAN VIII DAFTAR RIWAYAT HIDUP