

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, MENCARI VARIASI, DAN
KETIDAKPUASAN KONSUMEN TERHADAP PERILAKU
PERPINDAHAN MEREK (*BRAND SWITCHING*) SHAMPO PANTENE
(Studi Pada Masyarakat Kec Banjarnegara dan Masyarakat Kec Bawang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen S1

**REYDA AZIZY MIQDA PUTRA
2002010029**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
TAHUN 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, Mencari Variasi dan
Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perilaku
Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Shampo Pantene
(Studi pada Masyarakat Kecamatan Banjarnegara dan Kecamatan Bawang)**



SKRIPSI

Oleh :

REYDA AZIZY MIQDA PUTRA

2002010029

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi yang bertanda tangan dibawah ini :

Pembimbing :

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Erny Rachmawati', is written over a faint circular stamp.

Dr. Erny Rachmawati, S.E.,MM

NIK. 2160122




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Reyda Azizy Miqda Putra
NIM : 2002010029
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Atribut Produk, Mencari Variasi Dan Ketidakpuasan Konsumen Pada Perilaku Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Shampo Panene (Studi pada Masyarakat Kecamatan Banjarnegara dan Kecamatan Bawang)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Erny Rachmawati, S.E.,MM ()
Anggota 1 : Totok Haryanto, S.E.,MM ()
Anggota 2 : Purnadi, S.E.,M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 8 Agustus 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, SE., M.Si
NIK.2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reyda Azizy Miqda Putra
NIM : 2002010029
Program Studi : Manajemn
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 8 Agustus 2024

Yang Membuat Pernytaan



Reyda Azizy Miqda Putra

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Purwokerto, dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reyda Azizy Miqda Putra
NIM : 2002010029
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muahmmadiyah Purwokerto karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, Mencari Variasi dan
Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perilaku
Perpindahan Merek (*BRAND SWITCHING*) SHAMPO PANTENE**

(Studi pada Masyarakat Kecamatan Banjarnegara dan Kecamatan Bawang)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/menginformasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat mempublikasi, tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 8 Agustus 2024

Menyatakan



Reyda Azizy Miqda Putra

HALAMAN MOTTO

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apa pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya."

(Q.S Al Zalzalah: 7)

"Berbuat baiklah kepada siapapun, kapanpun dan dimanapun. Karena saya yakin apa yang saya lakukan sekarang pasti akan berbalik ke diri kita cepat atau lambat."

(Reyda Azizy M.P)

Tidak ada pemberian orang tua yang paling berharga kepada anaknya daripada pendidikan akhlak mulia."

(HR. Bukhari)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Segala Puji dan Syukur kepadamu Ya Rabb karena sudah mengahdirkan orang-orang yang berarti dalam hidup penulis. Yang telah memberikan semangat dan doa sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik.

persembahkan kepada :

Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Kepada kedua orang tua saya, bapak dan ibu yang selalu mendoakan, selalu mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup pun tidak cukup untuk menikmati semuanya. Terima kasih untuk kasih sayang yang bapak dan ibu berikan kepada saya. Tidak lupa juga saya ucapkan terima kasih kepada kedua kakak saya yang selalu memberikan semangat dan keponakan saya yang selalu menjadi penghibur di kala penat.

Terima kasih kepada orang terdekat saya Linta Aviani yang selalu support saya dalam semua hal. Terima kasih juga kepada teman-teman kontrakan bu Sadiyah yaitu Yogi, Galang, Galih, Rizki, Amir, Naufal, Geovani, Ridwan, Syafiq, Fa'i, Arkan, Jeni dan semua teman-teman saya yang selalu memberikan berbagai pengalaman baru selama saya berada di Universitas Muhammadiyah Purwokerto hingga sampai di tahap ini saya dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada ALLAH SWT atas segala rahmat dan berkat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul Pengaruh Atribut Produk, Mencari Variasi Dan Ketidakpuasan Konsumen Pada Perilaku Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Shampo Panene (Studi pada Masyarakat Kecamatan Banjarnegara dan Kecamatan Bawang). Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sarjana pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan sehingga saya mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Skripsi ini berhasil disusun berkat bantuan yang diperoleh dari berbagai pihak, baik bantuan moril maupun materil. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- 2) Dr. Naelati Tubastuvi, S.E. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
- 3) Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D, selaku ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
- 4) Bapak Lutfi Zamakhsyari, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan waktu dan tenaga untuk membimbing saya dari semester 1.
- 5) Ibu Dr. Erny Rachmawati, S.E., MM. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
- 6) Bapak Totok Haryanto, S.E., MM. yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.

- 7) Bapak Purnadi, S.E., M.Si. yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
- 8) Bapak dan Ibu tercinta, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terimakasih atas doa, cinta, kepercayaan, dan segala bentuk yang telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung di segala pilihan dan keputusan yang diambil oleh penulis, serta tanpa lelah mendengar keluh kesah penulis hingga di titik ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figur orangtua terbaik bagi penulis.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembang ilmu.

Purwokerto, 8 Agustus 2024



Reyda Azizy Miqda

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, MENCARI VARIASI, DAN
KETIDAKPUASAN KONSUMEN TERHADAP PERILAKU
PERPINDAHAN MEREK (*BRAND SWITCHING*) SHAMPO PANTENE**

(Studi Pada Masyarakat Kec Banjarnegara dan Masyarakat Kec Bawang)

Reyda Azizy Miqda Putra¹, Dr. Erny Rachmawati., S.E., M.M.²
Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
reydaazizy2021@gmail.com¹, ernyrachmawati67@gmail.com²

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh Atribut Produk, Mencari Variasi, Dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perilaku Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Shampo Pantene. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan kriteria responden masyarakat kecamatan Banjarnegara dan kecamatan Bawang yang menggunakan atau pernah memakai Shampo Pantene baik laki – laki mapupun perempuan.. Metode analisis data menggunakan *software* SPSS 26 dengan pemodelan Uji Regresi Linear Berganda. Hasil Atribut Produk, Mencari Variasi, Dan Ketidakpuasan Konsumen secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Perilaku Perpindahan Merek (*Brand Switching*). Sementara hasil Atribut Produk secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Perilaku Perpindahan Merek (*Brand Switching*), Mencari Variasi secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Perilaku Perpindahan Merek (*Brand Switching*), Ketidakpuasan Konsumen secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Perilaku Perpindahan Merek (*Brand Switching*). Dapat disimpulkan bahwa Atribut Produk, Mencari Variasi, Dan Ketidakpuasan Konsumen secara simultan dan parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Perilaku Perpindahan Merek (*Brand Switching*).

Kata Kunci : Atribut Produk, Mencari Variasi, Ketidakpuasan Konsumen, Perpindahan Merek

**THE EFFECT OF PRODUCT ATTRIBUTES, VARIATION SEARCH, AND
CONSUMER DISSATISFACTION ON BRAND SWITCHING BEHAVIOR
OF PANTENE SHAMPOO**

*(Study on the Banjarnegara District Community and the Bawang
District Community)*

Reyda Azizy Miqda Putra¹, Erny Rachmawati²
Program Studi Manajemen SI Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Purwokerto

reydaazizy2021@gmail.com¹, ernyrachmawati67@gmail.com²

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the influence of Product Attributes, Seeking Variety, and Consumer Dissatisfaction on Brand Switching Behavior of Pantene Shampoo. This research is a quantitative study. The population of this study was Purposive Sampling with the criteria of respondents from Banjarnegara and Bawang sub-districts who use or have used Pantene Shampoo, both men and women. The data analysis method used SPSS 26 software with Multiple Linear Regression Test modeling. The results of Product Attributes, Seeking Variety, and Consumer Dissatisfaction simultaneously have a significant effect on Brand Switching Behavior. While the results of Product Attributes partially have a significant effect on Brand Switching Behavior, Seeking Variety partially has a significant effect on Brand Switching Behavior, and Consumer Dissatisfaction partially has a significant effect on Brand Switching Behavior. It can be concluded that Product Attributes, Seeking Variety, and Consumer Dissatisfaction simultaneously and partially have a significant effect on Brand Switching Behavior.

Keywords: *Product Attributes, Variety Seeking, Consumer Dissatisfaction, Brand Switching*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
HALAMAN MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
1. Perpindahan Merek.....	15
2. Atribut Produk	17
3. Mencari Variasi.....	19
4. Ketidakpuasan Konsumen	21
B. Hasil Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pemikiran.....	32
D. Hipotesis.....	36

BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Populasi dan Sempel	37
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	39
D. Metode Pengumpulan Data	39
E. Variabel Penelitian	40
F. Definisi Operasional.....	41
G. Metode Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. HASIL PENELITIAN.....	55
B. Deskripsi Responden.....	56
1. Respon Rate	56
2. Karakteristik Responden.....	57
3. Uji Statistik Deskriptif	60
4. Pengujian Hasil Analisis Data	68
5. Uji Asumsi Klasik.....	71
6. Analisis regresi linear berganda.....	75
7. Uji Determinasi.....	76
8. Uji Kecocokan Model (Uji F Goodness of fit)	77
9. Uji Hipotesis (Uji t)	78
C. Pembahasan Analisis Data	81
BAB V PENUTUP.....	87
A. Simpulan.....	87
B. Keterbatasan dan Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Data Jumlah Masyarakat Umum 2 Kecamatan.....	38
Tabel 3.2 Data untuk dijadikan sampel.....	38
Tabel 3.3 Definisi Operasional Atribut Produk	42
Tabel 3.4 Item Pernyataan Atribut Produk	42
Tabel 3.5 Definisi Operasional (<i>Variety seeking</i>) Mencari Variasi	43
Tabel 3.6 Item Pernyataan (<i>Variety seeking</i>) Mencari Variasi	43
Tabel 3.7 Definisi Operasional Ketidakpuasan Konsumen	44
Tabel 3.8 Item Pernyataan Ketidakpuasan Konsumen	45
Tabel 3.9 Definisi Operasional Perpindahan Merek	45
Tabel 3.10 Item Pernyataan Perpindahan Merek	46
Tabel 4.1 Response Rate	57
Tabel 4.2 Data Responden Menurut Wilayah	58
Tabel 4.3 Data Responden Menurut Jenis Kelamin	58
Tabel 4.4 Usia Responden.....	59
Tabel 4.5 60 Data Responden Menurut Pekerjaan	60
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Atribut Produk	61
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Mencari Variasi	63
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Ketidakpuasan Konsumen	65
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Perpindahan Merek	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas	71
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorov Smirnov Test</i>	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.16 Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	77
Tabel 4.17 Hasil Uji F	78
Tabel 4.18 Rekapitulasi Hasil Hipotesis	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 4Top Brand Indeks Kategori Shampo 2019-2023	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 3.1 Kurva Uji Hipotesis Pertama	52
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis Kedua	53
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga	54
Gambar : 4.1 Kurva Uji t Hipotesis pertama	79
Gambar : 4.2 Kurva Uji t hipotesis kedua	80
Gambar : 4.3 Kurva uji t hipotesis ketiga	80

