

PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *VARIETY SEEKING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERPINDAHAN MEREK (*BRAND SWITCHING*) PRODUK *SKINCARE* DARI MEREK LAIN KE MEREK SAFI PADA KONSUMEN DI WILAYAH KOTA CILACAP

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Umi Nurhamidah

NPM : 1731019281

Telah diketahui dan disahkan pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 14 April 2022

Tempat : Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Wijayakusuma
Purwokerto

Dosen Pembimbing I




Tri Esti Masita, S.E., M.Si
NIS. 6100732057

Dosen Pembimbing II



H. Adv Achady, S.E., M.Si
NIS. 6100735093

Mengetahui,

Fakultas Ekonomika Dan Bisnis
Dekati


Andhi Johan S, S.E., M.Si
NIS. 6100734086

Program Studi Manajemen
Ketua,



H. Adv Achadi, S.E., M.Si
NIS. 6100735093

Skripsi Berjudul

PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *VARIETY SEEKING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERPINDAHAN MEREK (*BRAND SWITCHING*) PRODUK *SKINCARE* DARI MEREK LAIN KE MEREK SAFI PADA KONSUMEN DI WILAYAH KOTA CILACAP

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

UMI NURHAMIDAH

NPM : 1731019281

Telah dipertahankan didepan dewan penguji

Pada tanggal 14 April 2022

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan

mendapat gelar Sarjana Program Studi Manajemen

Fakultas Ekomonika Dan Bisnis

Universitas Wijayakusuma Purwokerto

Penguji I



Tri Esti Masita, S.E., M.Si
NIS. 6100732057

Penguji II



H. Adv Achady, S.E., M.Si
NIS. 6100735093

Penguji III



Dra. Hj. Arinastuti, M.Si
NIS. 6100732050

Penguji IV



Wisnu Wijayanto, S.E., M.M., M.Si
NIS. 6100734083

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Umi Nurhamidah

NPM : 1731019281

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Menyusun skripsi dengan judul :

PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *VARIETY SEEKING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERPINDAHAN MEREK (*BRAND SWITCHING*) PRODUK *SKINCARE* DARI MEREK LAIN KE MEREK SAFI PADA KONSUMEN DI WILAYAH KOTA CILACAP

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bukan dibuat orang lain atau menjiplak atau memodifikasi karya orang lain

Bila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang sudah saya peroleh.

Puwokerto, 14 April 2022

Yang menyatakan



Umi Nurhamidah

NPM: 1731019281

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: “Rabb kami ialah Allah”. Maka kemudian mereka tetap istiqamah maka tidak ada khawatiran pada mereka dan mereka tidak (pula) bersedih hati. Mereka itulah penghuni-penghuni surga, mereka kekal didalamnya, sebagai balasan atas apa yang telah mereka kerjakan”. (QS. Al-Ahqaf : 13-14)

“Setiap bencana yang menimpa di bumi dan yang menimpa dirimu sendiri, semuanya telah tertulis dalam Kitab (Lauh Mahfuzh) sebelum Kami mewujudkannya. Sungguh, yang demikian itu mudah bagi Allah”. (Q.S Al-Hadid : 22)

“Akan datang kepada manusia suatu zaman, orang yang berpegang teguh pada agamanya seperti orang yang menggenggam bara api”. (HR. Tirmidzi)

“Wahai Dzat Yang membolak-balik hati, teguhkanlah hatiku di atas agama Mu”. (HR. Tirmidzi)

“Bersabarlah dengan cobaan yang menimpa dan bersyukur dengan segala keadaan, agar engkau merasa ketenangan dalam menjalani kehidupan didunia ini”

“Jadilah wanita muslimah yang berpegang teguh terhadap agamanya dan taat menjalankan perintah dalam agamanya”

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah atas karunia dan rahmat-Nya yang telah memberikan kemudahan penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi dengan judul “Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, *Electronic Word Of Mouth*, *Variety Seeking* dan Kualitas Produk Terhadap Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Produk *Skincare* dari Merek Lain ke Merek Safi pada Konsumen Wanita di Wilayah Kota Cilacap. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto.

Selama dalam perkuliahan dan menyusun skripsi, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Heru Cahyo, M.Si selaku Rektor Universitas Wijayakusuma Purwokerto
2. Bapak Andhi Johan Suzana, S.E., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto.
3. Bapak H. Ady Achadi, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto.
4. Ibu Tri Esti Masita, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing pertama yang sudah meluangkan waktunya, mengarahkan, memberikan saran, memberikan dukungan, teliti dan sabar kepada penulis dalam menyusun skripsi.
5. Bapak H. Ady Achadi, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing kedua yang sudah meluangkan waktunya, mengarahkan, memberikan saran, teliti dan sabar kepada penulis dalam menyusun skripsi.
6. Ibu Dra. Arinastuti, M.Si, selaku dosen penguji ketiga yang telah berkenan menguji dan memberikan pengarahan kepada penulis.
7. Bapak Wisnu Wijayanto, S.E., M.M., M.Si, selaku dosen penguji keempat yang berkenan menguji dan memberikan banyak pengarahan kepada penulis.
8. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto.

9. Ibu Sutarti, Bapak Samikun selaku orang tua tercinta, Mas Andri dan Evan selaku kakak dan adik yang selalu memberikan dukungan moril dan materil, saran dan juga doa.
 10. Teman terdekat Fika Rofiqoh, Deni Atika Suri, Tri Mei Fatmawati dan Dhinda Septila Sutikno Vella yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan membantu dalam segala hal.
 11. Teman kuliah Roikha, Hakiki, Yuli, Mba Sisu, Dina Pangestuti, Era Rostiana Dewi Ariskha Putri, Endah Sustyasari, Naeli Fitriyah, Kusumah Indramurti dan yang sudah memberikan motivasi, berbagi saran dalam menyusun skripsi.
 12. Teman angkatan 2017 dan 2018 terutama kelas Manajemen satu
 13. Mba Ayu selaku pegawai toko safi di kota Cilacap yang telah memberikan informasi dan memberikan arahan tentang produk safi.
 14. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini.
 15. Semua pihak yang telah membantu, namun tidak bisa disebutkan satu persatu. Jazaakumullahu khairan untuk semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi penulis.
- Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan asih banyak kekurangan. Peneliti berharap agar skripsi ini bisa bermanfaat, dapat memberikan informasi dan juga inspirasi untuk kita semua. Aamiin

Purwokerto, 14 April 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RINGKASAN	xiv
SUMMARY	xv
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Pembatas Masalah.....	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>).....	9
B. Ketidakpuasan Konsumen.....	11
C. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	12
D. <i>Variety Seeking</i> (Kebutuhan Mencari Variasi).....	14
E. Kualitas Produk.....	15
F. Penelitian Terdahulu.....	17
G. Kerangka Pemikiran.....	22
H. Hipotesis.....	25
III. METODE PENELITIAN DAN ANALISIS	
A. Metode Penelitian	27
B. Metode Analisis.....	33

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Responden	42
B. Analisis Data dan Pembahasan.....	43
C. Deskripsi Jawaban Responden	45
D. Hasil Penelitian	49
E. Pembahasan	62
F. Keterbatasan Penelitian	66
G. Saran Penelitian Yang Akan Datang	67
V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	
A. Kesimpulan.....	68
B. Implikasi.....	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Perbandingan Data Penjualan <i>Skincare</i>	3
Tabel 2. Observasi Awal Kepada Konsumen Safi Di Wilayah Kota Cilacap	4
Tabel 3. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4. Penggolongan Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 5. Penggolongan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 6. Merek <i>Skincare</i> Yang Dipakai Sebelumnya Beralih Ke <i>Skincare</i> Merek Safi	45
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ketidakpuasan Konsumen (X1)	46
Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X2)	47
Tabel 9. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Variety Seeking</i> (X3)	47
Tabel 10. Tanggapan Responden terhadap variabel Kualitas Produk (X4)	48
Tabel 11. Tanggapan Responden terhadap variabel Perpindahan Merek (Y) ..	48
Tabel 12. Validitas Butir Pernyataan dari Variabel Ketidakpuasan Konsumen (X1)	49
Tabel 13. Validitas butir pernyataan dari Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X2)	49
Tabel 14. Validitas Butir Pernyataan Dari Variabel <i>Variety Seeking</i> (X3)	50
Tabel 15. Validitas Butir Pernyataan Dari Variabel Kualitas Produk (X4)	50
Tabel 16. Validitas Butir Pernyataan Dari Variabel Perpindahan Merek (Y)..	51
Tabel 17. Reliabilitas Butir Pernyataan Dari Variabel Ketidakpuasan Konsumen, <i>Electronic Word Of Mouth</i> , <i>Variety Seeking</i> , Kualitas Produk Dan Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>)	52
Tabel 18. Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 19. Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 20. Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 21. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	56

Tabel 22. Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 23. Hasil Uji F	58
Tabel 24. Hasil Uji t.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Model Penelitian	25
Gambar 2. Logo Safi	42
Gambar 3. Histogram Hasil Uji Normalitas	53
Gambar 4. Histogram Hasil Uji Normalitas	53
Gambar 5. Kurva Uji F.....	59
Gambar 6. Kurva Uji t Ketidakpuasan Konsumen	60
Gambar 7. Kurva Uji t <i>Electronic Word Of Mouth</i>	60
Gambar 8. Kurva Uji t <i>Variety Seeking</i>	61
Gambar 9. Kurva Uji t Kualitas Produk	62

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	74
Lampiran 2. Tabulasi Data Jawaban Responden Untuk Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	79
Lampiran 3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	82
Lampiran 4. Tabulasi Data Jawaban Responden	87
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik	96
Lampiran 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	99
Lampiran 6. Nilai r Tabel.....	101
Lampiran 7. Nilai F Tabel.....	102
Lampiran 8. Nilai t Tabel	105