

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan konsumen, harga dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek sabun mandi padat Lifebuoy. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen sabun mandi padat Lifebuoy yang telah berpindah ke sabun mandi padat merek lain dan jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software SPSS. Data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan analisis yang telah digunakan, dapat ditarik beberapa kesimpulan pada saat dilakukan pengolahan regresi berganda. Penelitian ini memenuhi syarat validitas, reliabilitas, serta bebas dari heteroskedastisitas, multikolinearitas dan telah lolos uji normalitas. Dari persamaan regresi yang diperoleh, variabel dependen yang memiliki nilai paling signifikan yakni ketidakpuasan konsumen. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel ketidakpuasan konsumen, harga dan kebutuhan mencari variasi, variabel-variabel tersebut secara signifikan mempengaruhi keputusan perpindahan merek. Sedangkan pada uji f menunjukkan signifikan $< 0,05$. Hal ini berarti variabel ketidakpuasan konsumen (X1), harga (X2) dan kebutuhan mencari variasi (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap keputusan perpindahan merek (Y). Sedangkan koefisien determinasi diperoleh dengan nilai Adjusted R Square 48,4%. Artinya, variabel keputusan perpindahan merek dapat dijelaskan oleh adanya variabel ketidakpuasan konsumen, harga, iklan dan kebutuhan mencari variasi, sedangkan sisanya 51,6% dapat dipengaruhi oleh variabel lain

Kata Kunci : Keputusan Perpindahan Merek, Ketidakpuasan Konsumen, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi.