

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan konsumen, kebutuhan mencari variasi produk, harga produk, dan iklan pesaing terhadap keputusan perpindahan merek mie instan. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen mie instan Indomie yang telah berpindah ke mie instan Mie Sedap 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 diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,162 X_1 + 0,181 X_2 + 0,510 X_3 + 0,153 X_4$$

Dimana variabel Keputusan Perpindahan Merek (Y), Ketidakpuasan Konsumen (X_1), Kebutuhan Mencari Variasi Produk (X_2), Harga Produk (X_3), dan Iklan Pesaing (X_4). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa keempat variabel independen yang diteliti terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen keputusan perpindahan merek. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel ketidakpuasan konsumen, kebutuhan mencari variasi produk, harga produk, dan iklan pesaing layak untuk menguji variabel dependen keputusan perpindahan merek. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,847 menunjukkan bahwa 84,7 persen variasi keputusan perpindahan merek dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 15,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam persamaan regresi dalam penelitian ini.

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