

PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK BAGI KONSUMEN SMARTPHONE SAMSUNG DI KECAMATAN LOSARI KABUPATEN BREBES

Ria Mupidah
Universitas PGRI Semarang
Email penulis pertama: mupidahria@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to test the impact of consumer dissatisfaction and the need to find various kinds of brand switching of smartphone. The results of this study indicate that the variables of customer satisfaction and the need of finding variations significantly influence on the brands switching from Samsung smartphones to other brands, simultaneously and partially.

Keywords: *consumer dissatisfaction, the need to find various kinds of brand switching.*

Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi, terhadap perpindahan merek smartphone. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek dari smartphone Samsung ke merek lain, secara simultan dan parsial.

Kata kunci: ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi, perpindahan merek

Kepuasan pelanggan yang tinggi saja tidak cukup dapat menyebabkan seseorang tetap setia pada suatu produk dan tidak berpindah ke merek lain. Hal ini karena konsumen yang puas belum tentu loyal, tetapi konsumen yang loyal pasti mereka merasa puas. Ini menunjukkan kadar loyalitas yang lebih tinggi dibanding kadar kepuasan konsumen. Ternyata konsumen itu tidak loyal, artinya ada masalah yang salah satunya adalah beralihnya konsumen ke merek lain.

Pengambilan keputusan perpindahan merek yang dilakukan konsumen dapat terjadi apabila konsumen merasa tidak puas dengan produk atau layanan yang diberikan oleh produsen. Ketidakpuasan konsumen muncul ketika harapan konsumen tidak sesuai dengan kenyataan. Hal ini menimbulkan ketidakpuasan yang dapat mempengaruhi sikap konsumen untuk melakukan pembelian pada masa yang akan datang dan dapat mempengaruhi penilaiannya terhadap produk tersebut (Dewi, 2014).

Saat mencari kepuasan biasanya konsumen mencari berbagai variasi yang dibutuhkan serta diharapkan karena akan menimbulkan rasa kepuasan pelanggan, Kebutuhan mencari variasi adalah sebuah komitmen kognitif untuk membeli merek yang berbeda karena berbagai alasan yang berbeda, keinginan baru atau timbulnya rasa bosan pada sesuatu yang telah lama dikonsumsi (Peter dan Olson, 2011) dalam Andriani dan Untarini (2015). Pembelian berdasarkan mencari keragaman diklasifikasikan sebagai bersifat pengalaman, karena pembelian tersebut dilakukan untuk mempengaruhi perasaan. Yaitu, apabila konsumen merasa jenuh, mereka akan merasa di bawah optimal. Dengan membeli merek yang baru, mereka mencoba untuk membuat diri mereka menjadi lebih baik (Lestari : 2011).

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut: Menganalisis pengaruh ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan perpindahan merek, Menganalisis pengaruh kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek dan Menganalisis pengaruh ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan perpindahan merek smartphone Samsung ke merek lain.

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode survey, yaitu dengan cara mengumpulkan data dan informasi untuk memperoleh fakta-fakta dan kerangka mengenai keputusan perpindahan merek dari responden.

Menurut Sugiyono (2013) adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan pada suatu penelitian untuk mendapatkan data yang sistematis, sehingga diperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket dan wawancara secara langsung ex pengguna smartphone merek Samsung yang bertempat tinggal di Kecamatan Losari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden. Proses pengumpulan data dilakukan oleh peneliti sendiri dengan mendatangi pengguna *smartphone* yang pernah melakukan perpindahan merek ke merek lain di Kecamatan Losari Kabupaten Brebes.

Pengumpulan data dengan menyebar kuesioner sebanyak 97 di mulai dari tanggal 26 Agustus sampai 30 Agustus 2019 selama 5 hari. Kuesioner yang disebarkan sebanyak 97 kuesioner dan dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut kembali, karena kuesioner dikembalikan pada saat itu juga yaitu setelah responden mengisi kuesioner yang diberikan. Semua kuesioner yang terjawab lengkap, memenuhi kriteria dan layak dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 97 kuesioner.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda untuk pembuktian hipotesis penelitian, yaitu untuk menguji pengaruh variable ketidakpuasan konsumen (X1), kebutuhan mencari variasi (X2), dan perpindahan merek (Y) pada pengguna handphone yang pernah melakukan perpindahan merek ke merek lain. Analisis ini menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS for Windows V.20

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.135	1.302		.872	.386
1 Ketidakpuasan Konsumen	.099	.038	.232	2.575	.012
Kebutuhan mencari variasi	.628	.088	.641	7.111	.000

a. Dependent Variable: Perpindahan Merk

Berdasarkan analisis dengan menggunakan SPSS V.20 maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,135 + 0,099X_1 + 0,628X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variable *independent* dengan variable *dependent* secara parsial, dari persamaan tersebut diambil kesimpulan bahwa:

- a. Nilai *constant* adalah 1,135, artinya jika terjadi perubahan variabel ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi (nilai X_1 dan X_2 adalah 0) maka kepuasan konsumen kecamatan Losari Kabupaten Brebes sebesar 1,135 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi ketidakpuasan konsumen adalah 0,099, artinya jika variabel ketidakpuasan konsumen (x_1) meningkat 1% dengan asumsi variabel kebutuhan mencari variasi (X_2) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka

kepuasan masyarakat kecamatan Losari meningkat sebesar 0,099%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel ketidakpuasan konsumen yang disediakan kontribusi positif bagi kepuasan konsumen, sehingga makin ketidakpuasan konsumen yang disediakan di kecamatan Losari Kabupaten Brebes, maka makin melambung pula tingkat kepuasan yang konsumen rasakan.

- c. Nilai koefisien regresi kebutuhan mencari variasi adalah 0,628 artinya jika variabel kebutuhan mencari variasi (x_2) meningkat 1% dengan asumsi variabel ketidakpuasan konsumen (X_1) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka kepuasan konsumen masyarakat kecamatan Losari meningkat sebesar 0,628%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan mencari variasi yang diberikan berkontribusi positif bagi kepuasan masyarakat, sehingga makin besar kebutuhan mencari variasi, maka makin melambung pula kepuasan merasakan.

3. Hasil Uji t (Parsial)

Penelitian ini menggunakan uji t yaitu nilai t_{hitung} digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial, ketidakpuasan konsumen (x_1) dan kebutuhan mencari variasi (x_2) terhadap variabel terikatnya. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel perpindahan merek (Y) atau tidak dengan tingkat kesalahan 5%. Uji ini dilakukan dengan melihat kolom signifikan pada masing-masing variabel *independent* (bebas) dengan taraf signifikan < 5%. Uji t yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.135	1.302		.872	.386
1 Ketidakpuasan Konsumen	.099	.038	.232	2.575	.012
Kebutuhan mencari variasi	.628	.088	.641	7.111	.000

a. Dependent Variable: Perpindahan Merk

sumber IBM Statistic V.20

Berdasarkan Tabel 2 dengan mengamati baris kolom t dan Sig bisa dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Pengaruh variabel ketidakpuasan konsumen terhadap perpindahan merek (H_1)

Variabel ketidakpuasan konsumen (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada kecamatan Losari. Hal ini terlihat dari signifikan ketidakpuasan konsumen (X_1) $0,012 < 0,05$, dan nilai $t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = t(0,025 ; 94) = 1,986$. Berarti nilai $t_{hitung} (2,575 > 1,986)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif terhadap perpindahan merek.

- 2) Pengaruh kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek (H_2)

Variabel kebutuhan mencari variasi (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada kecamatan Losari. Hal ini terlihat dari signifikan ketidakpuasan konsumen (X_1) $0,000 < 0,05$, dan nilai $t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = t(0,025 ; 94) = 1,986$. Berarti nilai $t_{hitung} (7,111 > 1,986)$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif terhadap perpindahan merek.

4. Hasil Uji F (Simultan)

Uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Y). Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model yang dirumuskan sudah tepat. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka diartikan bahwa model regresi sudah tepat artinya pengaruh secara bersama, dengan melihat nilai $F_{tabel} = f(k ; n - k)$, $F = (2 ; 97-2)$, $F = (2 ; 95) = 3,941$ dengan tingkat kesalahan 5%. Uji F yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 4.15 dibawah ini :

Tabel 3. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	645.031	2	322.516	107.757	.000 ^b
Residual	281.340	94	2.993		
Total	926.371	96			

a. Dependent Variable: Perpindahan Merk

b. Predictors: (Constant), Kebutuhan mencari variasi, Ketidakpuasan Konsumen

Sumber: IBM Statistic V.20

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas dapat dilihat pada nilai F_{hitung} sebesar 107,757 dengan nilai F_{tabel} adalah 3,941 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $107,757 > 3,941$, dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel ketidakpuasan konsumen (X_1) dan kebutuhan mencari variasi (X_2) secara bersamaan berpengaruh positif terhadap perpindahan merek.

5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai (R^2) yang rendah berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memperdiksi variabel-variabel *dependent*. Berdasarkan (R^2) yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 4.16 dibawah ini :

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	.696	.690	1.730

a. Predictors: (Constant), Kebutuhan mencari variasi, Ketidakpuasan Konsumen

Sumber: IBM Statistic V.20

Berdasarkan Tabel 4. dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,690. Hal ini berarti kemampuan variabel dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 69% sisanya 31%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh ketidakpuasan konsumen, kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek *smartphone* di Kecamatan Losari Kabupaten Brebes, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ketidakpuasan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan perpindahan *smartphone* merek Samsung ke merek lain
2. Kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif terhadap keputusan perpindahan *smartphone* merek Samsung ke merek lain
3. Berdasarkan hasil uji F ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif terhadap perpindahan merek *smartphone* Samsung ke merek lain.

DAFTAR PUSTAKA (Gunakan Microsoft Word template style: *Heading 1*)

- Achyar, M. (2018). “*Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Mencari Variasi, Harga dan Promosi terhadap Perpindahan Merek Asus Zenfone ke Merek Lain*”. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Andriani, R.E. dan Untarini, N. (2015). “*Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Mobile Broadband Smartfren*”. Jurnal Ilmu Manajemen. Volume 1. Nomor 1. Oktober 2015. Hal. 1 – 13. Universitas Negeri Surabaya. Surabaya.
- Dewi, P.K. (2014) “*Analisis Pengaruh Atribut Produk, Perilaku Mencari Variasi dan Promosi Terhadap Perilaku Perpindahan Merek (Studi Kasus Pada Ex Pengguna Smartphone Merek Blackberry Di Semarang)*”. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Lestari, V.A. (2011). “*Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi, Keterlibatan Konsumen, Harga dan Daya Tarik Pesaing Terhadap Perilaku Brand Switching (Studi Kasus Pada Pengguna Telepon Seluler Sony Ericsson Di Kota Semarang)*”. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: AlfaBeta Bandung.