

Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Mencari Variasi, dan *Word of Mouth* terhadap Perpindahan Merek pada Teh Botol Sosro (Studi pada masyarakat Desa Sidoraharjo, Kedamean, Gresik)

Nova Rio Masandi

181500042

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Mencari Variasi, dan *Word of Mouth* terhadap perpindahan merek (studi pada masyarakat Desa Sidoraharjo, Kedamean, Gresik). Metode yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu masyarakat yang pernah membeli teh botol sosro di 20 toko yang menjual teh botol sosro di wilayah Desa Sidoraharjo, Kedamean, Gresik. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 104 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan skala likert sebagai skoring. Teknik analisis data dilakukan dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasi, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ketidakpuasan Konsumen, Mencari Variasi, dan *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Perpindahan Merek pada Teh Botol Sosro yang terjadi pada masyarakat Desa Sidoraharjo, Kedamean, Gresik.

Kata kunci : Ketidakpuasan Konsumen, Mencari Variasi, *Word of Mouth*, Perpindahan Merek

The Influence of Consumer Dissatisfaction, Variety Search, and Word of Mouth on Brand Switching in Sosro Botol Tea (Study in Sidoraharjo Village Communities, Kedamean, Gresik)

Nova Rio Masandi

181500042

ABSTRAC

This research aims to identify the influence of Consumer Dissatisfaction, Seeking Variety, and Word of Mouth to brand switching on Teh Botol Sosro (study of the people of Sidoraharjo Village, Kedamean, Gresik). The method used in the research is quantitative data. The population of this research is people who have bought Teh Botol Sosro in 20 shops that sell Teh Botol Sosro in the Sidoraharjo Village area, Kedamean, Gresik. The sampling technique used accidental sampling method with a sample of 104 respondents. This research uses data collection techniques with questionnaires and Likert scales as scoring. The data analysis technique was carried out with Validity Test, Reliability Test, Clasi Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, t test, F test. The research results show that Consumer Dissatisfaction, Variety Seeking, and Word of Mouth have a positive and significant effect simultaneously to Brand Switching on Teh Botol Sosro in the people of Sidoraharjo Village, Kedamean, Gresik.

Keywords : Consumer Dissatisfaction, Variety Seeking, Word of Mouth, Brand Switching