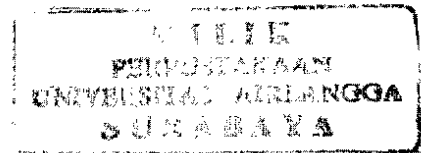


- CONSUMER SATISFACTION
- CONSUMER BEHAVIOR

kk
B196/03
Sap
a

**ANALISIS PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN,
KEBUTUHAN Mencari VARIASI, DAN DISTRIBUSI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN KONSUMEN
MINUMAN RINGAN COCA-COLA KE MEREK LAIN DI SURABAYA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH
WIYONO SAPUTRA
No. Pokok : 040037007**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2003

Surabaya, 18-03-2003

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing



Dra. Ec. Hj. DWI UTAMI S., MS.

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN,
KEBUTUHAN Mencari VARIASI, DAN DISTRIBUSI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN KONSUMEN
MINUMAN RINGAN COCA-COLA KE MEREK LAIN DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

WIYONO SAPUTRA
No. Pokok : 040037007

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,

 28/03
/07

Dra. Ec. Hj. DWI UTAMI S., M.S.

TANGGAL 28-07-03

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, SE.

TANGGAL 30-07-03

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh ketidakpuasan konsumen, kebutuhan mencari variasi, dan distribusi produk terhadap keputusan perpindahan konsumen minuman ringan Coca-Cola ke merek lain di Surabaya. Hasil dari persamaan model regresi Liner berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = - 0,686 + 0,349 X_1 + 0,543 X_2 + 0,343 X_3$$

Pada model regresi di atas terlihat bahwa nilai koefisien regresi ketiga variabel bebas yang terdiri dari ketidakpuasan konsumen (X_1), kebutuhan mencari variasi (X_2), distribusi produk (X_3) adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan ketidakpuasan konsumen, kebutuhan mencari variasi, dan distribusi produk, maka akan diikuti oleh kenaikan keputusan perpindahan konsumen minuman ringan Coca-Cola ke merek lain dan sebaliknya.

Hasil pengujian dengan menggunakan Uji F, menunjukkan bahwa H_0 ditolak, karena $F_{hitung} (79,819) > F_{tabel} (2,60)$. Penolakan H_0 menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas X_1 , X_2 , dan X_3 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y. Hal ini berarti ketidakpuasan konsumen (X_1), kebutuhan mencari variasi (X_2), dan distribusi produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan konsumen minuman ringan Coca-Cola ke merek lain. Nilai koefisien determinasi R^2 (R square) sebesar 0,621, yang menunjukkan bahwa sekitar 62,1% keputusan perpindahan konsumen minuman ringan Coca-Cola ke merek lain di Surabaya dapat dijelaskan oleh ketidakpuasan konsumen, kebutuhan mencari variasi, dan distribusi produk. Sedangkan sisanya sebesar 37,9% berarti keputusan perpindahan konsumen minuman ringan Coca-Cola ke merek lain dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan (model regresi).

Dari hasil perhitungan ini juga didapatkan nilai koefisien parsial (r) yaitu ketidakpuasan konsumen $r = 0,439$, kebutuhan mencari variasi $r = 0,440$, distribusi produk $r = 0,203$. Sehingga variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan perpindahan konsumen minuman ringan Coca-Cola ke merek lain (Y) adalah kebutuhan mencari variasi dengan nilai koefisien parsial (r) sebesar 0,440.