

ABSTRAKSI

AJI BAYU SAPUTRA. Pengaruh Variabel Harga, Kondisi Ketidaknyamanan, Daya Tarik Pesaing dan Masalah Etika Terhadap Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Merek Minyak Goreng (Survey pada pelanggan minyak goreng di Indomaret Kaliurang km 8,5 Yogyakarta). (Dibimbing oleh DANANG YUDHANTORO, SE, MSi dan NILMAWATI, SE, MSi.).

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor pengaruh perilaku pergantian merek dari produk minyak goreng di Indomaret Kaliurang km 8,5 Yogyakarta. Sampel ini menggunakan metode purposive sampling dengan total sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Hasil pengujian koefisien regresi serentak, parsial dan dominan menemukan perilaku berganti merek dari produk minyak goreng dipengaruhi empat faktor dari delapan faktor yang diteliti. Pengaruh empat faktor yaitu harga, kondisi ketidaknyamanan, daya tarik pesaing dan masalah etika. Setelah itu, empat faktor yang tidak mempengaruhi perilaku pergantian merek dari produk minyak goreng di Indomaret Kaliurang km 8,5 Yogyakarta yaitu kegalan inti layanan, kegagalan layanan, kegagalan respon karyawan dalam memberikan layanan dan perpindahan tanpa sengaja. Pengujian ini menghasilkan penemuan satu kali semua faktor signifikan bersama-sama mempengaruhi

perilaku pergantian merek dari produk minyak goreng di Indomaret Kaliurang km 8,5 Yogyakarta. Empat faktor yang disebutkan mampu menjelaskan variabel peralihan merek. Harga 0,377%, kondisi ketidaknyamanan 0,299%, daya tarik pesaing 0,283% dan Masalah etika 0,290%.

Kata kunci : pergantian merek, varietas pencarian, harga, kondisi ketidaknyamanan, kegagalan inti layanan, kegagalan layanan, kegagalan respon karyawan dalam memberikan layanan, daya tarik pesaing, masalah etika, perpindahan tanpa sengaja.