

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari ketidakpuasan konsumen, iklan, dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek pada layanan operator XL di kota Semarang. Penelitian ini dilakukan dengan meneliti konsumen XL yang telah melakukan perpindahan merek dari operator satu ke operator lain dengan sampel 100 orang responden menggunakan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner.

Data dianalisis dengan menggunakan software SPSS untuk mengetahui uji reliabilitas, validitas, dan uji asumsi klasik, uji hipotesis lewat uji t, uji F, dan dengan uji koefisien determinasi (R^2). Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa regresi linier berganda.

Hasil analisis dengan menggunakan uji t mendapatkan bahwa ketiga variabel dari penelitian ini yaitu ketidakpuasan konsumen, iklan, dan kebutuhan untuk mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek. Kemudian pengujian dengan menggunakan uji F diketahui nilai signifikan $<0,05$, ini berarti ketidakpuasan konsumen, iklan, dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh signifikan secara bersama terhadap keputusan perpindahan merek. Dari uji koefisiensi determinansi (R^2) didapat nilai *Adjusted R Square* sebesar 62,7%, hal ini berarti dari ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan variabel keputusan perpindahan merek sebesar 62,7. Sedangkan sisanya 37,3% dapat dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci: Ketidakpuasan Konsumen, Iklan, Kebutuhan Mencari Variasi, Keputusan Perpindahan Merek