

PENGARUH LINGKUNGAN INTERNAL, LINGKUNGAN EKSTERNAL, RESPON EMOSIONAL DAN RESPON RASIONAL TERHADAP PERPINDAHAN MEREK

(Studi pada Remaja Konsumen Sabun Mandi di Swalayan Saudara Jepara)

Dwi Agung Nugroho Arianto¹⁾
Sri Mulyani²⁾

STIENU Jepara Jl. Taman Siswa Pekeng Tahunan Jepara
e-mail:¹⁾ goeng_nugroho@yahoo.co.id
²⁾ mulia_01@plaza.com

Abstract

Brand switching by consumer influenced by behavioral factors, competition, and time. Brand switching in general because of dissatisfaction of a product, promotion influence from competitor product, environment of shop and desire to look for variation. This research aim to explain influence internal and eksternal environment, consumer respon (emotional and rational) to decision switch brand, either parsial or simultaneous.

Research object at Swalayan Saudara in Jepara. Research population are all consumer that buying soap. 97 respondent as sample taken with technique of accidental sampling. Method of collecting data done with questioner and interview. Method of analyses with multiple linear regression.

Result of research indicate that internal environment and eksternal consumer, emotional and rational response consumer have an significant effect on brand switching.

Keywords: *internal environment, eksternal environment, emotional response, rational response*

Abstraksi

Perilaku perpindahan merek oleh konsumen pada umumnya merupakan suatu fenomena yang kompleks yang dipengaruhi oleh faktor-faktor perilaku, persaingan dan waktu. Perpindahan merek pada umumnya disebabkan karena ketidakpuasan suatu produk, pengaruh promosi dari produk pesaing, lingkungan toko dan keinginan untuk mencari variasi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh lingkungan internal dan eksternal konsumen, respon konsumen secara emosional maupun rasional terhadap keputusannya untuk berpindah merek.

Lokasi penelitian pada Pasar Swalayan Saudara Jepara. Populasi penelitian