

ABSTRAK

Pemasaran adalah kegiatan untuk merencanakan, menetapkan harga, mendistribusikan produk, jasa dan mampu memuaskan keinginan pasar serta mengawasi dan mengendalikan kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Demikian dengan pemasaran akan memberikan informasi yang akurat akan suatu produk sehingga mampu mempengaruhi orang lain memutuskan untuk membeli. Begitu juga dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan roti, membuat muncul peluang usaha pada bidang ini. Munculnya toko Roti 88 merupakan salah satu industri makanan yang masuk kategori roti yang cukup diminati dikalangan masyarakat saat ini. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kebutuhan mencari variasi, tingkat harga dan ketidakpuasan terhadap keputusan pindah merek dari roti lain ke Roti 88 di Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* dan teknik yang dipilih adalah *sampling acidental*. Dalam penentuan sampel menggunakan teknik *accidental* sampling dengan jumlah responden sebesar 60 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji instrumen, uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel kebutuhan mencari variasi, tingkat harga dan ketidakpuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pindah merek.

Kata Kunci: kebutuhan mencari variasi, tingkat harga, ketidakpuasan dan keputusan pindah merek



ABSTRACT

Marketing is an activity to plan, set prices, distribute products, services and be able to satisfy market desires and supervise and control marketing activities to achieve the goals that have been set. Likewise, marketing will provide accurate information about a product so that it can influence other people to decide to buy. Likewise with the increasing public interest in bread food, business opportunities arise in this field. The emergence of the Roti 88 shop is one of the food industries that is included in the bread category which is quite in demand among the people today. The purpose of this study was to determine the effect of the need for variation, price level and dissatisfaction on the decision to switch brands from another bakery to Roti 88 in Lumajang. The sampling technique used in this study was non-probability sampling and the chosen technique was accidental sampling. In determining the sample using accidental sampling technique with a total of 60 respondents. The data analysis technique used in this research is instrument test, validity test and reliability test. The test results in this study indicate that partially and simultaneously the variable of need for variation, price level and dissatisfaction has a significant effect on the decision to switch brands.

Keywords: need for variety, price level, dissatisfaction and decision to switch brands

