

**PENGARUH *VARIETY SEEKING* DAN *DISSATISFACTION* TERHADAP
*BRAND SWITCHING***

**(Suatu Studi Pada Kosmetik Lain ke Kosmetik Wardah di Toko Dewi
Cosmetic)**

ARTIKEL

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu



Oleh,

Hilda Anisa
3402180456

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

PENGARUH *VARIETY SEEKING* DAN *DISSATISFACTION* TERHADAP *BRAND SWITCHING*

(Suatu Studi Pada Kosmetik Lain ke Kosmetik Wardah di Toko Dewi *Cosmetic*)

Hilda Anisa¹, Nana Darna², Ali Muhidin³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

hildanisa20@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *variety seeking* dan *dissatisfaction* terhadap *brand switching* (suatu studi pada kosmetik lain ke kosmetik Wardah di Toko Dewi *Cosmetic*). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : Bagaimana pengaruh *variety seeking* terhadap *brand switching* pada konsumen di Toko Dewi *Cosmetic*. Bagaimana pengaruh *dissatisfaction* terhadap *brand switching* pada konsumen di Toko Dewi *Cosmetic*. Bagaimana pengaruh *variety seeking* dan *dissatisfaction* terhadap *brand switching* pada konsumen di Toko Dewi *Cosmetic*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis deskriptif dan verifikatif meliputi Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linier Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikan (Uji t dan Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa : *variety seeking* berpengaruh positif terhadap *brand switching* pada konsumen di Toko Dewi *Cosmetic*, dengan tingkat keeratan hubungan berada pada korelasi sedang. *Dissatisfaction* berpengaruh positif terhadap *brand switching* pada konsumen di Toko Dewi *Cosmetic*, dengan tingkat keeratan hubungan berada pada korelasi sedang. *Variety seeking* dan *dissatisfaction* berpengaruh positif dan simultan (bersama – sama) terhadap *brand switching* pada konsumen di Toko Dewi *Cosmetic*.

Kata Kunci : *Variety Seeking, Dissatisfaction dan Brand Switching*