

Penelitian ini berjudul Pengaruh Ketidakpuasan, Kualitas Produk dan Mencari Variasi Pada Perilaku Perpindahan Merek Permainan Video Sepak Bola. Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh antar variabel dalam suatu fenomena. Penelitian ini dimulai pada bulan September 2016. Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sebanyak 200 pria yang berusia 12 hingga 40 tahun yang merupakan pengguna permainan video sepak bola PES dan FIFA, yang diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS dengan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan memiliki pengaruh yang positif pada perpindahan merek dari permainan video PES ke permainan video FIFA. Apabila konsumen merasa tidak puas setelah melakukan pembelian, akan semakin menguatkan konsumen untuk berpindah merek. Mencari variasi juga memiliki pengaruh positif pada perpindahan merek dari permainan video PES ke permainan video FIFA. Apabila semakin tinggi keinginan seseorang mencari variasi, akan semakin menguatkan konsumen untuk berpindah merek. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa mencari variasi memoderasi pengaruh hubungan antara ketidakpuasan dan keputusan konsumen untuk berpindah merek dan juga mencari variasi memoderasi pengaruh hubungan antara kualitas produk dan keputusan konsumen untuk berpindah merek. Namun hasil penelitian ini juga menunjukkan kualitas produk memiliki pengaruh pada perpindahan merek, namun pengaruhnya tidak bermakna.

Kata kunci: ketidakpuasan, kualitas produk, mencari variasi, perilaku perpindahan merek

## ABSTRACT

*The title of this study is effect of Dissatisfaction, Product Quality and Variety Seeking On the Brand Switching Behavior of Football Video Game. In general, the purpose of this study is to describe the influence between variables in a phenomenon. This study start in September 2016. This study use a survey instrument by distributing questionnaires to the sample as many as 200 male respondents were at least age 12 to 40 years who are users of video games football PES and FIFA, which is processed using SPSS software with analytical techniques Multiple regression. The results of this study indicate that dissatisfaction has a positive effect on brand switching from PES video games to FIFA video games. If consumers feel dissatisfied after making a purchase, will further strengthen consumers to switch brands. Variety seeking also has a positive effect on brand switching from PES video games to FIFA video games. If the higher the desire someone looking for variety, will further strengthen consumers to switch brands. The results of this study also indicate that variety seeking moderate the influence of the relationship between dissatisfaction and consumer decision to switch brands and also variety seeking moderate the effect of the relationship between product quality and consumer decision to switch brands. However, the results of this study also indicate that product quality has an influence on brand switching, but the effect is not significant.*

*Keywords: Dissatisfaction, Product Quality, Variety Seeking, Brand Switching Behavior*