

## ABSTRAK

Berdasarkan gejala yang ada yaitu semakin banyak masyarakat Indonesia menyukai minuman teh, ini juga dipengaruhi oleh fenomena banyaknya teh siap minum yang masuk ke Indonesia. Yang merupakan salah satu teh siap minum yang disukai masyarakat dari berbagai kalangan adalah minuman teh dalam kemasan botol. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya merek minuman teh dalam kemasan botol yang ada (tabel 2).

Penelitian ini termasuk dalam jenis eksploratori. Faktor-faktor yang menyebabkan *variety seeking behavior* di antara enam faktor yaitu kebutuhan akan keragaman (*need for variety*), keterlibatan (*involvement*), frekuensi pembelian (*purchase frequency*), perbedaan-perbedaan yang dipersepsikan antara berbagai merek (*perceived differences between brands*), kekuatan preferensi (*strength of preference*), dan asal-usul pembelian (*purchase history*). Sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berganti-ganti merek minuman teh dalam kemasan botol minimal lima kali dalam tiga bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, karena populasi yang dipilih tidak diketahui. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* dimana pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara langsung secara mendalam (*depth interview*) terhadap para responden yang melakukan *variety seeking behavior*.

Berdasarkan faktor-faktor yang menyebabkan *variety seeking behavior* pada konsumen minuman teh dalam kemasan botol di Surabaya, melihat lebih ke dalam lagi ditemukan bahwa responden melakukan pergantian jenis atau merek minuman teh dalam kemasan botol adalah faktor perbedaan-perbedaan yang dipersepsikan antara berbagai merek (*perceived differences between brand*) dan frekuensi pembelian (*purchase frequency*).