

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN KELULUSAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Harga.....	18
2.1.2 Kualitas Produk.....	22
2.1.3 Promosi	25
2.1.4 Brand Switching.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	34
2.3.1 Pengaruh Variabel Harga dengan Brand Switching.....	34
2.3.2 Pengaruh Variabel Kualitas Produk dengan Brand Switching.....	34
2.3.3 Pengaruh Variabel Promosi dengan Brand Switching	35
2.4 Kerangka Pemikiran.....	36
2.5 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
3.1.1 Variabel Penelitian	38
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel.....	41
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.3.1 Jenis Penelitian.....	43

3.3.2 Data Primer	44
3.3.3 Data Sekunder	44
3.4 Metode Pengumpulan Data	45
3.4.1 Kuesioner	45
3.4.2 Studi Pustaka	46
3.5 Metode Analisis Data	47
3.5.1 Analisis Angka Indeks	47
3.5.2 Uji Kualitas Data	48
3.5.2.1 Uji Validitas	48
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	49
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	50
3.5.3.1 Uji Multikolonieritas	50
3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas	51
3.5.3.3 Uji Normalitas	51
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda	52
3.5.5 Uji Goodness of Fit	53
3.5.5.1 Uji F	53
3.5.5.2 Uji T	54
3.5.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	57
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	57
4.1.2 Gambaran Umum Responden	59
4.1.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia	60
4.1.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan	61
4.1.2.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	63
4.2.1 Analisis Indeks Jawaban Responden	63
4.2.1.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga (X_1)	64
4.2.1.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X_2)	66
4.2.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi (X_3)	67
4.2.1.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Brand Switching (Y)	68
4.3 Analisis Data	70
4.3.1 Uji Kualitas Data	70
4.3.1.1 Uji Validitas	70
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	72
4.4 Uji Asumsi Klasik	73

4.4.1 Uji Normalitas.....	73
4.4.2 Uji Multikolinearitas	75
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
4.6 Uji Hipotesis (Goodness of Fit)	78
4.6.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	78
4.6.2 Uji Parsial (Uji T)	79
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	81
4.7 Pembahasan.....	82
4.7.1 Pengaruh Harga terhadap Brand Switching	82
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Brand Switching.....	84
4.7.3 Pengaruh Promosi terhadap Brand Switching	85
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.1.1 Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis.....	87
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	88
5.2 Implikasi Penelitian	89
5.2.1 Implikasi Teoritis	90
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	91
5.4 Saran	92
5.4.1 Saran untuk Perusahaan	92
5.4.2 Saran untuk Penelitian Mendatang	95
Daftar Pustaka	97
LAMPIRAN.....	102