

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	23
1.4 Manfaat Penelitian.....	23
1.5 Sistematika Penulisan.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	26
2.2 Perilaku Konsumen	27
2.3 Komunikasi Pemasaran	30
2.4 Komunitas Virtual	32
2.5 <i>Electronic Word of Mouth</i>	35
2.6 Ketidakpuasan	39
2.7 Kebutuhan Mencari Variasi	43
2.8 Perpindahan Merek.....	46
2.9 Penelitian Terdahulu	51
2.10 Hubungan Antar Variabel.....	55
2.10.1 Pengaruh Variabel <i>e-WOM</i> Negatif terhadap Perpindahan Merek .	55

2.10.2	Pengaruh Variabel Ketidakpuasan terhadap Perpindahan Merek ...	55
2.10.3	Pengaruh Variabel Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek	56
2.11	Kerangka Pemikiran Teoritis	58
2.12	Hipotesis	58
BAB III METODE PENELITIAN		59
3.1	Jenis Penelitian	59
3.2	Lokasi Penelitian	59
3.3	Variabel Penelitian.....	60
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	61
3.5	Populasi dan Sampel	63
3.5.1	Populasi.....	63
3.5.2	Sampel.....	64
3.6	Sumber Data	65
3.6.1	Data Primer	65
3.6.2	Data Sekunder	66
3.7	Metode Pengumpulan Data	66
3.7.1	Kuesioner	66
3.7.2	Studi Pustaka.....	67
3.8	Analisis Deskriptif Variabel	67
3.8.1	Analisis Angka Indeks	68
3.9	Analisis Instrumen.....	69
3.9.1	Uji Validitas.....	69
3.9.2	Uji Reabilitas.....	69
3.10	Analisis Data.....	70
3.10.1	Uji Asumsi Klasik	70
3.10.2	Analisis Regresi Linier Berganda	72
3.10.3	Uji Hipotesis (<i>Goodness of Fit</i>)	73
3.10.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		75
4.1	Deskripsi Lokasi Penelitian	75
4.2	Gambaran Umum Responden.....	76

4.2.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.2.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia	76
4.2.3	Gambaran Responden Berdasarkan Domisili	77
4.2.4	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
4.2.5	Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan	79
4.3	Analisis Deskriptif Variabel	80
4.3.1	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap <i>e-WOM</i> Negatif (X1) 80	
4.3.2	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Ketidakpuasan (X2)	81
4.3.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kebutuhan Mencari Variasi (X3).....	82
4.3.4	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Perpindahan Merek (Y) 83	
4.4	Analisis Instrumen.....	84
4.4.1	Uji Validitas.....	84
4.4.2	Uji Reabilitas.....	86
4.5	Analisis Data	87
4.5.1	Uji Asumsi Klasik	87
4.5.2	Analisis Regresi Linier Berganda	91
4.5.3	Uji Hipotesis (<i>Goodness of Fit</i>)	92
4.5.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	94
4.6	Pembahasan	95
4.6.1	Analisis Deskriptif	95
4.6.2	Analisis Inferensial.....	98
BAB V PENUTUP.....		108
5.1	Kesimpulan.....	108
5.1.1	Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis.....	108
5.1.2	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	109
5.2	Implikasi Penelitian	110
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	110
5.2.2	Implikasi Manajerial	112
5.3	Keterbatasan Penelitian	114

5.4	Saran.....	115
5.4.1	Saran untuk Perusahaan	115
5.4.2	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	116
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN.....		127