

DAFTAR ISI

halaman

PERSETUJIAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Perumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan dan manfaat penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan penelitian.....	7
1.3.2 Manfaat penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN TEORI	10
2.1 Landasan teori dan konsep	10
2.1.1 Iklan.....	10
2.1.1.1 Pengertian iklan	10
2.1.1.2 Jenis iklan	11
2.1.1.3 Tujuan iklan.....	12
2.1.1.4 Fungsi iklan	13
2.1.1.5 Unsur iklan	14
2.1.1.6 Sasaran iklan.....	15
2.1.2 Kualitas pelayanan.....	15
2.1.2.1 Pengertian kualitas pelayanan	15
2.1.2.2 Unsur kualitas pelayanan.....	18
2.1.2.3 variabel kualitas pelayanan.....	19
2.1.3 Persepsi harga	21
2.1.3.1 Pengertian persepsi harga	21
2.1.3.2 Dimensi persepsi harga.....	22
2.1.4 Ketidakpuasan konsumen	24
2.1.4.1 Pengertian ketidakpuasan konsumen.....	24
2.1.4.2 Akibat ketidakpuasan konsumen	26
2.1.5 Keputusan beralih merek	26
2.1.5.1 Pengertian perpindahan merek	26
2.1.5.2 Faktor-faktor perpindahan merek	27
2.2 Penelitian terdahulu	29

2.3 Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.....	36
2.3.1 Pengaruh iklan terhadap keputusan beralih merek	37
2.3.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan beralih merek	38
2.3.3 Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan beralih merek	39
2.3.4 Pengaruh ketidakpusan konsumen terhadap keputusan beralih merek.....	40
2.4 Kerangka pemikiran teoritis	41
2.5 Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Variabel penelitian dan defisini operasional	43
3.1.1 Variabel penelitian	43
3.1.2 Definisi operasional	43
3.1.2.1 Variabel dependen.....	44
3.2 Populasi dan sampel penelitian	45
3.2.1 Populasi.....	45
3.2.2 Sampel.....	45
3.3 Jenis sumber data	46
3.3.1 data primer	46
3.3.2 data sekunder.....	47
3.4 Metode pengumpulan data	47
3.4.1 Kuesioner	47
3.4.2 Studi pustaka.....	48
3.5 Metode analisis data.....	48
3.5.1 Uji instrument data.....	48
3.5.1.1 Uji validitas	48
3.5.1.2 Uji reliabilitas.....	49
3.5.2 Uji asumsi klasik.....	49
3.5.2.1 Uji multikolinearitas.....	50
3.5.2.2 Uji autokorelasi	51
3.5.2.3 Uji heteroskedasdisitas.....	52
3.5.2.4 Uji normalitas.....	52
3.5.3 Uji regresi berganda	53
3.5.4 Pengujian hipotesis	54
3.5.4.1 Uji hipotesis secara parsial (Uji t).....	54
3.5.4.2 Uji hepotsesis secara serempak (Uji F).....	55
3.5.4.3 Koefisien determinasi.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Deskripsi objek penelitian.....	57
4.1.1 Identitas responden berdasarkan jenis pekerjaan	57
4.1.2 Identitas responden berdasarkan jenis kelamin.....	58
4.2 Deskripsi penelitian.....	59

4.2.1 Analisis indeks	59
4.2.1.1 Analisis indeks variabel iklan	60
4.2.1.2 Analisis indeks variabel kualitas pelayanan.....	61
4.2.1.3 Analisis indeks variabel persepsi harga	62
4.2.1.4 Analisis indeks variabel ketidakpuasan konsumen.....	63
4.2.1.5 Analisis indeks variabel keputusan beralih merek	64
4.3 Analisis data.....	65
4.3.1 Uji validitas	65
4.3.2 Uji reliabilitas.....	67
4.3.3 Uji asumsi klasik.....	68
4.3.3.1 Uji multikolinearitas.....	68
4.3.3.2 Uji heteroskedasdisitas.....	69
4.3.3.3 Uji normalitas.....	70
4.3.4 Analisis regresi linier	71
4.3.5 Koefisien determinasi.....	73
4.3.6 Uji F (stimulant).....	74
4.3.7 Pengujian hipotesis	75
4.3.7.1 Uji t	75
4.4 Pembahasan.....	77
4.4.1 Pengaruh iklan terhadap keputusan beralih merek.....	77
4.4.2 Pengaruh kualitas pelayanan terdahap keputusan beralih merek..	78
4.4.3 Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan beralih merek.....	80
4.4.4 Pengaruh ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan beralihmerek.....	82
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	87
5.2.1 Implikasi dan kebijakan.....	87
5.3 Saran penelitian mendatang.....	88
5.4 Keterbatasan penelitian.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90