

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN 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.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat Penelitian .....	12
1.5. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. Manajemen Pemasaran .....	14
2.1.2. Konsep Merek .....	16
2.1.3. Perpindahan Merek (Brand Switching).....	17
2.1.4. Variabel-variabel yang Mempengaruhi Perpindahan Merek .....	18
2.1.4.1. Kualitas Pelayanan .....	19
2.1.4.2. Harga Produk .....	25
2.1.4.3. Kepuasan .....	31
2.2. Penelitian Terdahulu .....	33

2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	39
2.4. Hipotesis.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	42
3.1.1. Variabel Penelitian.....	42
3.1.2. Definisi Operasional .....	43
3.2. Populasi dan Sampel .....	45
3.2.1. Populasi.....	45
3.2.2. Sampel.....	46
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	47
3.3.1. Data Primer .....	47
3.3.2. Data Sekunder .....	48
3.4. Metode Analisis Data.....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	57
4.2. Gambaran Umum Responden .....	58
4.2.1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2.2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
4.2.3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Angkatan.....	60
4.2.4. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Fakultas.....	61
4.3. Analisis Jawaban Responden per Variabel .....	62
4.3.1. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan .....	63
4.3.2. Tanggapan Responden Mengenai Harga Produk .....	64
4.3.3. Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan .....	64
4.3.4. Tanggapan Responden Mengenai Perpindahan Merek.....	65
4.4. Proses dan Analisis SEM .....	66
4.4.1. Pengembangan Model Berdasarkan Teori .....	66
4.4.2. Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural .....	66
4.4.3. Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model .....	67
4.4.4. Analisis SEM .....	67

4.4.4.1. Faktor Konfirmatori.....	67
4.4.4.2. Analisis Full Model SEM.....	72
4.4.4.3. Asumsi SEM.....	74
4.4.4.4. Pengujian Hipotesis .....	82
4.5. Proses Penurunan Keputusan Berpindah Merek .....	84
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>89</b>
5.1. Kesimpulan .....	89
5.2. Implikasi Teoritis .....	93
5.3. Implikasi Manajerial .....	95
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	97
5.5. Saran untuk Penelitian Mendatang.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>102</b>