

## DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	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 .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Perpindahan Merek .....	11
2.1.1.1 Pengertian Perpindahan Merek .....	11
2.1.2 Brand Loyalty.....	11
2.1.2.1 Pengertian Brand Loyalty .....	11
2.1.2.2 Tingkat Loyalitas Merek .....	12
2.1.2.2.1 Berpindah – Pindah ( <i>Switcher</i> ) .....	12
2.1.2.2.2 Pembeli yang Bersifat Kebiasaan ( <i>Habitual Buyer</i> ) .....	12

2.1.2.2.3 Pembeli yang Puas Dengan Biaya Peralihan ( <i>Satisfied Buyer</i> ) .....	13
2.1.2.2.4 Menyukai Merek ( <i>Like the Brand</i> ).....	13
2.1.2.2.5 Pembeli yang Komit ( <i>Committed Buyer</i> ).....	14
2.1.3 Atribut Produk .....	14
2.1.3.1 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Perpindahan Merek.....	15
2.1.4 Kebutuhan Mencari Variasi.....	16
2.1.4.1 Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek .....	17
2.1.5 Word of Mouth .....	18
2.1.5.1 Pengaruh Word of Mouth Terhadap Perpindahan Merek.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Kerangka Pemikiran .....	26
2.4 Hipotesis.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	29
3.1.1 Variabel Penelitian .....	29
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	30
3.2 Populasi dan Penentuan Sampel.....	32
3.2.1 Populasi .....	32
3.2.2 Penentuan Sampel.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.4.1 Kuesioner.....	34
3.5 Metode Analisis Data.....	35
3.5.1 Uji Kualitas Data .....	35
3.5.1.1 Uji Reliabilitas.....	35
3.5.1.2 Uji Validitas.....	35
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	36
3.5.2.1 Uji Multikolonieritas .....	36
3.5.2.2 Uji Normalitas .....	36

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	36
3.5.3 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	37
3.5.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.5.3.2 Uji Simultan (Uji F).....	38
3.5.3.3 Uji Koefisien Determinasi .....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	40
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	40
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	40
4.1.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
4.1.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.1.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	42
4.2 Analisis Data .....	43
4.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas .....	43
4.2.1.1 Uji Validitas.....	43
4.2.1.2 Uji Realibilitas .....	45
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	46
4.2.2.1 Uji Multikolinearitas.....	46
4.2.2.2 Uji Normalitas .....	47
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	49
4.2.3 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	51
4.2.3.1 Uji Regresi Linier Berganda .....	51
4.2.3.2 Uji Simultan (Uji F).....	52
4.2.3.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	53
4.3 Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan. ....	59
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	61
5.3 Implikasi Praktis .....	61
5.4 Agenda Penelitian Mendatang .....	63
DAFTAR PUSTAKA .....	64

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	68
------------------------	----