

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	11
1.4 Sistematika penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Perpindahan Merek.....	13
2.1.2 Citra Merek.....	14
2.1.2.1 Indikator–indikator Citra Merek.....	15
2.1.2.2 Faktor–Faktor Citra Merek.....	16
2.1.2.3. Hubungan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	18
2.1.3 Kualitas Produk.....	19
2.1.3.1 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.4.1 Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	27
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	29
3.1.1 Variabel Penelitian.....	29
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	32

3.2.1	Populasi.....	32
3.2.2	Sampel.....	33
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.5	Teknik Pengolahan Data.....	35
3.6	Skala Pengukuran Variabel.....	36
3.7	Metode Analisis.....	37
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	37
3.7.2	Analisis Kuantitatif.....	38
3.7.2.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	38
3.7.2.2	Uji Penyimpangan Asumsi Klasik.....	39
3.7.2.2.1	Uji Normalitas.....	39
3.7.2.2.2	Uji Multikolinearitas.....	39
3.7.2.2.3	Uji Heterokedastisitas.....	40
3.7.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.7.2.4	Uji <i>Goodnes of Fit</i>	41
3.7.2.4.1	Uji t (Uji Parsial).....	41
3.7.2.4.2	Uji F (Uji Simultan).....	42
3.7.2.4.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS.....	44
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.1.1	Deskripsi Perusahaan.....	44
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	45
4.1.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.1.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.1.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
4.1.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.1.2.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Perpindahan Merek yang dituju.....	49
4.1.2.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Waktu Perpindahan Merek yang Dilakukan.....	50
4.2	Analisis Hasil Penelitian.....	50
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
4.2.1.1	Uji Validitas.....	51
4.2.1.2	Uji Reliabilitas.....	52
4.2.2	Analisis Deskriptif.....	53
4.2.2.1	Jawaban Responden Mengenai Citra Merek.....	54
4.2.2.2	Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk.....	56
4.2.2.3	Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen.....	59
4.2.2.4	Jawaban Responden Mengenai Perpindahan Merek..	61
4.2.3	Analisis Regresi.....	63
4.2.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	63

4.2.3.1.1 Uji Normalitas.....	63
4.2.3.1.2 Uji Multikolinearitas.....	65
4.2.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	66
4.2.3.2 Kelayakan Model.....	68
4.2.3.2.1 Uji F.....	68
4.2.3.2.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	69
4.2.3.3 Model Regresi dan Pengujian Hipotesis.....	71
4.3 Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
5.2.1 Saran untuk perusahaan.....	73
5.2.2 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	75
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	76