

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat dari Penelitian	9
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pengertian Merek	12
2.1.2 Perpindahan Merek	13

2.1.3 Loyalitas Merek.....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian Konsumen.....	17
2.1.5 Hubungan Antar Variabel	19
2.1.5.1 Hubungan Variabel Ketidakpuasan Konsumen dengan Perpindahan Merek	19
2.1.5.2 Hubungan Variabel Harga dengan Perpindahan Merek	22
2.1.5.3 Hubungan Variabel Kebutuhan Mencari Variasi dengan Perpindahan Merek.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	32
3.1.1 Variabel Penelitian	32
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	33
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel.....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Metode Analisis.....	40
3.5.1 Analisis Kuantitatif	40

3.5.2 Uji Kualitas Data.....	42
3.5.2.1 Uji Reliabilitas.....	42
3.5.2.2 Uji Validitas.....	42
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.5.3.1 Uji Multikolinearitas.....	43
3.5.3.2 Uji Normalitas.....	43
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.5.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	49
4.1.1 Gambaran Umum Produk.....	49
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	51
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Umur.....	52
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.1.2.4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54
4.1.2.5 Responden Berdasarkan Perpindahan Merek.....	55
4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden Per Variabel.....	56
4.1.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Ketidakpuasan Konsumen.....	57
4.1.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Harga.....	58
4.1.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Kebutuhan Mencari Variasi.....	60

4.1.3.5 Tanggapan Responden Mengenai Perpindahan	
Merek	61
4.2 Analisis Data	62
4.2.1 Uji Kuesioner	62
4.2.1.1 Uji Validitas.....	62
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	64
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	65
4.2.2.1 Uji Normalitas	65
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas.....	66
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	68
4.2.3 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	69
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	71
4.2.4.1 Uji F	71
4.2.4.2 Uji t	71
4.2.4.3 Koefisien Determinasi	73
4.3 Pembahasan	74
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Implikasi Kebijakan	81
5.2.2 Agenda Penelitian Yang Akan Datang.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN – LAMPIRAN	