

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Kegunan Penelitian.....	11
1.4 Sistematika Penulisan	11

BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>Loyalitas</i>	13
2.1.2 <i>Keperayaan Merek</i>	18
2.1.3 <i>Switching cost</i>	19
2.1.4 <i>Kepuasan Konsumen</i>	21
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	27
3.1.1 Variabel Dependen.....	27
3.1.2 Variabel Independen	27
3.2 Populasi dan Sampel	27
3.2.1 Pengertian Populasi.....	27
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.3.1 Jenis Data Primer	29
3.3.2 Jenis Data Sekunder	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Metode Analisis Data.....	30
3.5.1 Analisis angka Indeks	30
3.5.2 Uji Validitas	32

3.5.3 Uji Realiabilitas.....	33
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.5.5 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	34
3.5.5.1 Uji Normalitas	34
3.5.5.2 Uji Multikolomeiritas.....	35
3.5.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.5.6 Uji Ketepatan Model	37
3.5.7 Uji t	37
3.5.8 Uji F	37
3.5.8.1 Kofisien Determinasi	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	40
4.2 Deskripsi Umum Responden	41
4.2.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2.2 Crosstabs Jenis Kelamin dan Umur.....	42
4.2.3 Crosstabs Jenis Kelamin dan Pekerjaan	43
4.2.4 Crosstabs Jenis Kelamin dan Pendapatan.....	44
4.2.5 Crosstabs Jenis Umur dan Pekerjaan.....	45
4.2.6 Crosstabs Jenis Umur dan Pendapatan	46
4.2.7 Crosstabs Pekerjaan dan Pendapatan.....	47
4.3 Analisis Data dan Pembahasan.....	48
4.3.1. Analisis Angka Indeks	48
4.3.1.1 Kepercayaan Merek	49

4.3.1.2 Switching cost	52
4.3.1.3 Kepuasan konsumen	55
4.3.1.4 Loyalitas	58
4.3.2. Uji Alat Ukur	60
4.3.2.1 Uji Validitas	61
4.3.2.2 Uji Reliabilitas	62
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	61
4.3.3.1 Uji Normalitas	61
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas	65
4.3.3.2 Uji Heterokedastisitas	66
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.3.5 Uji <i>Goodness of Fit</i>	69
4.3.6 Uji t	69
4.3.7 Uji F	71
4.3.7.1 Koefisien Determinasi	72
4.4 Interpretasi Hasil	73
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Keterbatasan Penelitian	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	85