

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian	14
1.4 Sistematika Penelitian	14
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Konsep Merek	16
2.1.2 Loyalitas Merek.....	19
2.1.3 Perpindahan Merek.....	21
2.1.4 Perilaku Konsumen	23
2.1.5 Citra Merek.....	27
2.1.6 Ketidakpuasan Konsumen	32
2.1.7 Iklan.....	34
2.1.8 <i>Word of Mouth</i>	36
2.1.9 Karakteristik Kategori Produk.....	38
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Kerangka Pemikiran	42
2.4 Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	44
3.1.1 Variabel Penelitian	44
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	48
3.2.1 Populasi	48
3.2.2 Sampel	49
3.3 Jenis dan Sumber Data	51
3.3.1 Data Primer.....	51
3.3.1 Data Sekunder	51
3.4 Metode Pengumpulan Data	51

3.4.1 Kuesioner (Angket)	51
3.4.2 Studi Pustaka	52
3.5 Metode Analisis Data	53
3.5.1 Analisis Kualitatif.....	53
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	53
3.5.2.1 Uji Kualitas Data	55
3.5.2.2 Uji Asumsi Klasik	57
3.5.2.3 Analisis Regresi Berganda	60
3.5.2.4 Goodness of Fit.....	61
BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN.....	65
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	65
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	65
4.1.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.1.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	66
4.1.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
4.1.1.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan....	67
4.1.1.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	68
4.1.1.6 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Hobi.....	69
4.1.1.7 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Perpindahan Merek yang Dilakukan	69
4.1.1.8 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Waktu Perpindahan Merek	70
4.1.2 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	71
4.1.2.1 Tanggapan Reponden terhadap Variabel Citra Merek.....	73
4.1.2.2 Tanggapan Reponden terhadap Variabel Ketidakpuasan Konsumen	75
4.1.2.3 Tanggapan Reponden terhadap Variabel Iklan	78
4.1.2.4 Tanggapan Reponden terhadap Variabel <i>Word of Mouth</i>	81
4.1.2.5 Tanggapan Reponden terhadap Variabel Karakteristik Kategori Produk.....	84
4.1.2.6 Tanggapan Reponden terhadap Variabel Keputusan Perpindahan Merek.....	87
4.2 Analisis Data	91
4.2.1 Uji Kualitas Data	91
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas	91
4.2.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	92
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	93
4.2.2.1 Hasil Uji Multikolinearitas	93
4.2.2.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	95
4.2.2.3 Hasil Uji Normalitas.....	96
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	98

4.2.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	101
4.2.4.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	101
4.2.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	102
4.2.4.3 Uji Parsial (Uji t)	103
4.3 Pembahasan	104
4.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Perpindahan Merek.....	104
4.3.2 Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek.....	105
4.3.3 Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Perpindahan Merek	106
4.3.4 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Perpindahan Merek.....	107
4.3.5 Pengaruh Karakteristik Kategori Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek.....	108
BAB V PENUTUP	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Keterbatasan Penelitian	112
5.2 Saran.....	113
5.2.1 Implikasi Manajerial.....	113
5.2.2 Agenda Penelitian Mendatang.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN	124