

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
1.5 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Landasan Teori.....	20
2.1.1 Pemasaran	20
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	20
2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.2 Konsep Merek	23
2.1.3 Perpindahan Merek.....	24
2.1.4 Variabel-variabel yang Mempengaruhi Keputusan Perpindahan Merek	26
2.1.4.1 Harga Produk	27
2.1.4.2 Kualitas Produk.....	36
2.1.4.3 Promosi Produk.....	36
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	42
2.4 Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	44
3.1.1 Variabel Penelitian	44
3.1.1.1 Variabel Dependen	44
3.1.1.2 Variabel Independen.....	44
3.1.2 Definisi Operasional	45
3.1.3 Populasi dan Sampel.....	47
3.2 Jenis dan Sumber Data	48
3.3 Metode Pengumpulan Data	49
3.3.1 Kuesioner (Angket)	49

3.4 Teknik Analisis	50
3.5 Metode Analisi Data.....	51
3.5.1 Uji Kualitas Data	51
3.5.1.1 Uji Reliabilitas	51
3.5.1.2 Uji Validitas	52
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	52
3.5.2.1 Uji Normalitas	52
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	53
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	54
3.5.3 Uji Hipotesis	54
3.5.3.1 Uji Analisis Regresi Berganda (Uji T)	54
3.5.4.2 Uji F.....	56
3.5.4.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Responden	57
4.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	58
4.1.3 Responden Menurut Uang Saku.....	59
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Pengujian Instrumen	61
4.2.1.1 Uji Validitas	61
4.2.1.2 Uji Reabilitas.....	62
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
4.2.2.1 Analisi Indeks Variabel Harga Produk	64
4.2.2.2 Analisi Indeks Variabel Kualitas Produk	65
4.2.2.3 Analisi Indeks Variabel Promosi.....	67
4.2.2.4 Analisi Indeks Jawaban Variabel Keputusan Perpindahan Merek	68
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	70
4.2.4 Uji Kelayakan Model.....	73
4.2.5 Model Regresi dan Pengujian Hipotesis.....	75
4.3 Pembahasan	77
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Untuk Penelitian Mendatang	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	88