

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Perilaku Konsumen	13
2.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	21
2.1.3 Keterlibatan Konsumen	23
2.1.4 Perilaku Pascapembelian	29
2.1.5 Merek	31
2.1.6 Loyalitas Merek	34
2.1.7 Perilaku Perpindahan Merek	37
2.1.8 Efektivitas Iklan Pesaing	39
2.1.9 Perilaku Mencari Variasi (Variety Seeking)	44
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis dan Sumber Data	48
3.1.1 Data Primer	48
3.1.2 Data Sekunder	48
3.2 Variabel Penelitian.....	49
3.2.1 Variabel Dependen	49
3.2.2 Variabel Independen	49
3.3 Populasi dan Penentuan Sampel	49
3.3.1 Populasi	49
3.3.2 Sampel	50

3.4	Metode Pengumpulan Data.....	51
3.4.1	Kuesioner (Angket)	51
3.4.2	Studi Pustaka	52
3.4.3	Wawancara	53
3.5	Metode Analisis Data	53
3.5.1	Analisis Kuantitatif	53
3.5.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.5.1.2	Uji Asumsi Klasik	56
3.5.1.3	Uji Regresi Berganda	58
3.5.1.4	Uji Hipotesis	59
3.5.1.5	Uji Kelayakan Model	60
3.5.2	Analisis Kualitatif	61
3.6	Statistik Deskriptif	62
3.6.1	Angka Indeks	62
3.6.2	Deskriptif Pertanyaan Terbuka	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		64
4.1	Deskripsi Responden	64
4.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	67
4.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
4.1.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Wilayah Domisili	69
4.2	Analisis Data	70
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	70
4.2.1.1	Uji Validitas	70
4.2.1.2	Uji Reliabilitas	71
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	72
4.2.2.1	Uji Normalitas	72
4.2.2.2	Uji Multikolinearitas	74
4.2.2.3	Uji Heteroskedastisitas	76
4.2.3	Uji Regresi Berganda	77
4.2.4	Uji Hipotesis	79
4.2.4.1	Hipotesis Pertama	79
4.2.4.2	Hipotesis Kedua	79
4.2.5	Uji Kelayakan Model	80
4.2.5.1	Uji Anova	80
4.2.5.2	Koefisien Determinasi	81
4.3	Statistik Deskriptif	82
4.3.1	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Efektivitas Iklan Pesain (X_1)	82
4.3.2	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Perilaku Mencari Variasi (X_2)	86
4.3.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Perilaku Perpindahan Merek (Y)	90
4.4	Pembahasan	92
BAB V PENUTUP		97
5.1	Simpulan	97

5.1.1	Ringkasan Penelitian	97
5.1.2	Simpulan Mengenai Masing-masing Hipotesis	98
5.1.3	Simpulan Mengenai Masalah Penelitian	100
5.2	Implikasi Teoritis	100
5.3	Implikasi Manajerial	103
5.4	Keterbatasan Penelitian	107
DAFTAR PUSTAKA		108
LAMPIRAN-LAMPIRAN		112