

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Merek	11
2.1.2 Loyalitas Merek	13
2.1.3 Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>)	17
2.1.4 Kualitas Produk	21
2.1.4.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Berpindah Merek	28
2.1.5 Persepsi Harga	30
2.1.5.1 Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Berpindah Merek	34
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	38
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.1.1 Variabel Penelitian.....	41
3.1.1.1 Variabel Dependen	41
3.1.1.2 Variabel Independen	42
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	42
3.2 Populasi dan Penentuan Sampel.....	43
3.2.1 Populasi	43
3.2.2 Penentuan Sampel	44

3.3 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.3.1 Data Primer	45
3.3.2 Data Sekunder	46
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Kuesioner	46
3.4.2 Studi Kepustakaan	47
3.5 Metode Analisis Data	47
3.5.1 Analisis Data Kualitatif	47
3.5.2 Analisis Data Kuantitatif	47
3.5.2.1 Uji Validitas	47
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	48
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik	48
3.5.2.3.1 Uji Multikolinieritas	48
3.5.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas	49
3.5.2.3.3 Uji Normalitas	49
3.5.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.5.2.5 <i>Goodness of Fit</i>	48
3.5.2.5.1 Uji Parsial (Uji t)	51
3.5.2.5.2 Uji Simultan (Uji F)	52
3.5.2.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Gambaran Umum Responden	55
4.1.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	55
4.1.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.1.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Terakhir Pemakaian	57
4.1.1.4 Gambaran Umum Merek yang Digunakan Saat Ini	57
4.1.1.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Alasan Melakukan Perpindahan Merek	58
4.2 Analisis Data	59
4.2.1 Uji Kuesioner	59
4.2.1.1 Uji Validitas	59
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	60
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	61
4.2.2.1 Uji Multikolinearitas	61
4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas	62
4.2.2.3 Uji Normalitas	63
4.2.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
4.2.4 <i>Goodness of Fit</i>	65
4.2.4.1 Uji t	65
4.2.4.2 Uji F	66
4.2.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)	67

4.2.5 Deskripsi Persepsi Responden	68
4.2.5.1 Kualitas Produk	70
4.2.5.2 Persepsi Harga	72
4.2.5.3 Keputusan Berpindah Merek	74
4.3 Pembahasan	76
BAB V PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Implikasi Teoritis	82
5.3 Implikasi Manajerial	83
5.4 Keterbatasan Penelitian	84
5.5 Agenda Penelitian yang Akan Datang	84
Daftar Pustaka	85
Lampiran - Lampiran	89