

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Mafaat dari penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13

BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Konsep Merek	14
2.1.2 Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>)	15
2.1.3 Konsep Loyalitas Merek	16
2.1.4 Fungsi Loyilitas Merek	17
2.1.5 Ketidakpuasan Konsumen.....	18
2.1.6 Kebutuhan Mencari Variasi	20
2.1.7 Harga	22
2.1.8 Iklan	24
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	34
3.1.1 Variabel Penelitian.....	34
3.1.2 Definisi Operasional.....	35
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5 Metode Analisis Data.....	40

3.5.1 Analisis Kualitatif	40
3.5.2 Analisis Kuantitatif	41
3.5.2.1 Uji Kualitas Data	43
3.5.2.1.1 Uji Validitas.....	43
3.5.2.1.2 Uji Reliabelitas	43
3.5.2.2 Uji Asumsi Klasik	44
3.5.2.2.1 Uji Asumsi Multikolinieritas.....	44
3.5.2.2.2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	44
3.5.2.2.3 Uji Normalitas.....	45
3.5.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.5.2.3.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	47
3.5.2.3.2 Pengujian Hipotesis.....	47
3.5.2.3.2.1 Uji T.....	47
3.5.2.3.2.2 Uji F.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	50
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan	50
4.1.1.2 Produk Perusahaan	51
4.1.2 Gambaran Umum Responden	54
4.1.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54

4.1.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	55
4.1.2.3	Gambaran Umum Berdasarkan Pendidikan	55
4.1.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan	56
4.1.2.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Perpindahan Merek	57
4.1.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Per Variabel	58
4.1.3.1	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Ketidakpuasan Konsumen	59
4.1.3.2	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Kebutuhan Mencari Variasi	60
4.1.3.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Harga	62
4.1.3.4	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Iklan	
4.1.3.5	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Keputusan Perpindahan Merek.....	63
4.2	Analisis Data	65
4.2.1	Uji Kuesioner	65
4.2.1.1	Uji Validitas.....	65
4.2.1.2	Uji Reliabilitas.....	66
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	67
4.2.2.1	Uji Normalitas	67

4.2.2.2 Uji Multikolinieritas	68
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	69
4.2.3 Hasil Analisis Regresi Berganda	70
4.2.4 Pengujian Hipotesis	72
4.2.4.1 Uji F (Uji Simultan).....	72
4.2.4.2 Uji T.....	73
4.2.4.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	75
4.3 Pembahasan.....	76
BAB V PENUTUP	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	84
5.2.1 Implikasi Kebijakan	84
5.2.2 Agenda Penelitian Yang Akan Datang	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	91