

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Definisi Pemasaran	11
2.1.2 Merek	13
2.1.3 Loyalitas Merek.....	15
2.1.4 Perpindahan Merek.....	17
2.1.5 Variabel-variabel yang Mempengaruhi Keputusan	

Perpindahan Merek	19
2.1.5.1 Ketidakpuasan Konsumen Pasca Konsumsi.....	19
2.1.5.2 Harga.....	21
2.1.5.4 Iklan	27
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
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	38
3.4 Metode Pengumpulan Data	39
3.5 Tahap Pengumpulan Data	40
3.6 Metode Analisis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Responden	49
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	49
4.1.2 Usia Responden.....	50
4.1.3 Pekerjaan Responden.....	50
4.1.4 Pendapatan Responden.....	51
4.2 Analisis Kualitatif	52

4.2.1	Tanggapan Responden Tentang Variabel Ketidakpuasan Pasca Konsumsi.....	53
4.2.2	Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga	54
4.2.3	Tanggapan Responden Tentang Variabel Iklan.....	55
4.2.4	Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Perpindahan Merek.....	56
4.3	Analisis Kuantitatif	58
4.3.1	Uji Validitas	58
4.3.2	Uji Reliabilitas	59
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	59
4.3.4	Analisis Regresi Berganda	62
4.3.5	Pengujian Hipotesis	63
4.3.6	Uji F	67
4.3.7	Koefisien Determinasi	67
BAB V	PENUTUP	68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	69
	DAFTAR PUSTAKA	71
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	74