

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.2 Konsep Pemasaran.....	11
2.3 Pengertian Merek.....	14
2.4 Arti Penting Merek	15
2.5 Keputusan Pemberian Merek	16
2.6 Konsep Perilaku Konsumen	17
2.7 Brand Equity.....	18
2.8 Konsep Loyalitas Merek atau Brand Loyalty.....	19
2.9 Tahap-tahap Loyalitas	20
2.10 Keputusan Pembelian	23
2.11 Ketidakpuasan Pasca Pembelian	25
2.12 Karakteristik Kategori Produk.....	26

2.13	Pengalaman Atas Produk.....	28
2.14	Keputusan Perpindahan Merek.....	29
2.15	Penelitian Terdahulu.....	29
2.16	Kerangka Pemikiran	30
2.17	Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
3.1	Populasi Dan Sampel.....	33
3.2	Jenis Dan Sumber Data	34
3.3	Metode Pengumpulan Data	35
3.4	Definisi Konsep	35
3.5	Definisi Operasional.....	36
3.6	Metode Analisa Data	38
3.6.1	Metode Deskriptif.....	38
3.6.2	Metode Kuantitatif.....	38
3.7	Metode Pengujian Data	39
3.7.1	Uji Validitas.....	39
3.7.2	Uji Reliabilitas	39
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	40
3.7.4	Regresi Linier Berganda.....	42
3.7.5	Uji Ketepatan Model.....	43
3.7.6	Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Deskripsi Responden	44
4.1.1	Jenis Kelamin Responden.....	44
4.1.2	Usia Responden	45
4.1.3	Tingkat Pendidikan Responden	46
4.1.4	Banyak Merek Handphone	47
4.1.5	Merek-Merek Handphone.....	47
4.2	Analisis Indeks Jawaban Responden.....	48
4.2.1.	Variabel Ketidakpuasan Konsumen (X_1)	50
4.2.2.	Variabel Karakteristik Kategori Produk (X_2)	52

4.2.3.	Variabel Pengalaman Atas Produk (X_3)	54
4.2.4.	Variabel Keputusan Perpindahan Merek (Y)	56
4.3	Analisa Data	57
4.3.1	Uji Validitas.....	57
4.3.2	Uji Reliabilitas	58
4.4	Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1	Uji Normalitas	59
4.4.2	Autokorelasi.....	60
4.4.3	Heterokedastisitas	61
4.4.4	Multikolinieritas	62
4.5	Analisis Regresi Berganda	63
4.6	Uji Kelayakan Model	65
4.6.1	Uji Simultan (Uji F).....	65
4.6.2	Koefisien Determinasi	65
4.7	Pengujian Hipotesis (Uji t)	66
4.8	Pembahasan	68
4.8.1	Pengaruh ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan perpindahan merek.....	68
4.8.2	Pengaruh karakteristik kategori produk terhadap keputusan perpindahan merek.....	68
4.8.3	Pengaruh pengalaman produk terhadap keputusan perpindahan merek.....	69
BAB V PENUTUP.....		71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Saran	72
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	72
5.2.2	Saran Bagi Penelitian yang Akan Datang.....	73
5.3	Keterbatasan Penelitian	73
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN.....		77