

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGHANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.5 Sistematika Penulisan	20
BAB II TELAAH PUSTAKA	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Kepuasan dan Loyalitas.....	21
2.1.2 <i>Brand Loyalty</i>	23
2.1.3 <i>Brand Switching</i>	26
2.1.4 Ketidakpuasan Konsumen	27
2.1.5 Persepsi Harga	28
2.1.6 Kebutuhan Mencari Variasi.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.4 Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	37
3.1.1 Variabel Penelitian	37
3.1.2 Definisi Operasional.....	38
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	44
3.3.1 Data Primer.....	44

3.3.2	Data Sekunder.....	44
3.4	Metode Pengumpulan Data	45
3.5	Metode Analisis Data	46
3.5.1	Uji Validitas.....	46
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	47
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	47
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	47
3.5.3.2	Uji Multikolinieritas.....	48
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.5.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.5.5	Uji Goodness Of Fit.....	49
3.5.5.1	Uji Statistik t	49
3.5.5.2	Uji Statistik F	50
3.5.6	Uji Koefisien Determinasi	50
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	52
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.2	Gamabran Umum Responden	54
4.1.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.1.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	56
4.1.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan	58
4.1.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.2	Hasil Penelitian	60
4.2.1	Deskripsi Variabel Penelitian	60
4.2.2.1	Analisis Indeks Variabel Ketidakpuasan	61
4.2.2.2	Analisis Indeks Variabel Pesepsi Harga	63
4.2.2.3	Analisis Indeks Variabel Kebutuhan Mencari Variasi.....	65
4.2.2.4	Analisis Indeks Variabel Brand Switching	67
4.2.2	Pengujian Instrumen.....	68
4.1.2.1	Uji Validitas	68
4.1.2.2	Uji Reliabilitas	70
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	71
4.2.3.1	Uji Normalitas.....	71
4.2.3.2	Uji Multikolinearitas	76
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	77
4.2.4	Uji Goodness of Fit.....	79
4.2.4.1	Uji Kelayakan Model Uji F.....	79
4.2.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80
4.2.4.3	Model Regresi dan Pengujian Hipotesis	82
4.3	Intepretasi Hasil dan Pembahasan.....	87

4.3.1 Pengaruh Ketidakpuasan terhadap Kebutuhan Mencari Variasi	87
4.3.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kebutuhan Mencari Variasi.	87
4.3.3 Pengaruh Ketidakpuasan terhadap Brand Switching..	87
4.3.4 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Brand Switching .	88
4.3.5 Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Brand Switching	89
BAB V PENUTUP	90
5.1 Simpulan	90
5.2 Keterbatasan	94
5.3 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	106