

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	17
1.3.1 Tujuan Penelitian	17
1.3.2 Kegunaan Penelitian	17
1.4 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TELAAH PUSTAKA	20
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	20
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	20
2.1.2 Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>).....	24
2.1.3 Intensitas Promosi.....	27
2.1.4 Persepsi Harga	34
2.1.5 Kepuasan Konsumen	42

2.2 Kerangka Pemikiran	48
2.3 Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	51
3.1.1 Variabel Penelitian.....	51
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	52
3.2 Populasi dan Sampel	53
3.2.1 Populasi.....	53
3.2.2 Sampel	54
3.3 Jenis dan Sumber Data	55
3.3.1 Data Primer	55
3.3.2 Data Sekunder.....	55
3.4 Metode Pengumpulan Data	56
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner	57
3.5.1 Uji Validitas.....	57
3.5.2 Uji Reliabilitas	58
3.6 Metode Analisis.....	58
3.6.1 Angka Indeks	58
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda	59
3.6.3 Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	64
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	64
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	64
4.2 Angka Indeks.....	67
4.2.1 Angka Indeks Variabel Intensitas Promosi.....	67
4.2.2 Angka Indeks Variabel Persepsi Harga	68
4.2.3 Angka Indeks Variabel Kepuasan Konsumen	69
4.2.4 Angka Indeks Variabel Keputusan Perpindahan Merek.....	70
4.3 Analisis Data	72
4.3.1 Uji Validitas.....	72

4.3.2 Uji Reliabilitas	73
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda	78
4.3.5 Uji Kelayakan Model.....	79
4.4 Interpretasi Hasil	82
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.1.1 Kesimpulan Hipotesis	85
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	86
5.1.3 Kesimpulan Teoritis.....	86
5.2 Kontribusi Teoritis	93
5.3 Keterbatasan	93
5.4 Saran	94
5.4.1 Implikasi Kebijakan.....	94
5.4.2 Saran Penelitian yang Akan Datang	94
DAFTAR PUSTAKA	95