

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| DAFTAR ISI | i |
| DAFTAR GAMBAR | v |
| DAFTAR TABEL | vi |
| | |
| I. PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian | 8 |
| | |
| II. TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1. Pengertian Merek | 10 |
| 2.1.1. Pengertian Berubah Merek (<i>Brand Switching</i>) | 10 |
| 2.1.2. Pola Perilaku Berubah Merek (<i>Brand switching</i>) | 11 |
| 2.1.3. Loyalitas Merek | 12 |
| 2.1.3.1. Tingkatan Loyalitas | 12 |
| 2.1.3.2. Mengukur Loyalitas Merek | 13 |
| 2.1.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i> | 14 |
| 2.1.4.1. Faktor Ekstrinsik..... | 14 |
| 2.1.4.2. Tingkatan Intrinsik..... | 19 |
| 2.2. Pengetahuan Produk | 21 |
| 2.2.1. Produk Sebagai Perangkat Ciri..... | 21 |
| 2.2.2. Produk Sebagai Perangkat Manfaat..... | 22 |
| 2.2.3. Produk Sebagai Pemuas Nilai..... | 24 |
| 2.2.4. Rantai Arti-Akhir Pengetahuan Produk | 24 |
| 2.3. Tingkat Kepuasan | 26 |
| 2.3.1. Perlu Memperhatikan Kepuasan Pelanggan | 28 |
| 2.3.2. <i>Customer Satisfied Company</i> | 29 |
| 2.4. Preferensi Pembelian | 30 |
| 2.4.1. Preferensi Merek dan Loyalitas Merek..... | 31 |
| 2.4.2. Kebutuhan Mencari Variasi Produk | 32 |
| 2.5. Penelitian Terdahulu | 34 |
| 2.6. Kerangka Berfikir | 37 |
| 2.7. Hipotesis | 38 |

III. METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian | 40 |
| 3.2. Definisi Konseptual Variabel | 41 |
| 3.2.1. <i>Brand Switching</i> | 41 |
| 3.2.2. Pengetahuan Produk | 41 |
| 3.2.3. Tingkat Kepuasan | 42 |
| 3.2.4. Preferensi Pembelian | 42 |
| 3.3. Operasional Variabel | 43 |
| 3.4. Populasi dan Sampel | 45 |
| 3.4.1. Ukuran Populasi | 45 |
| 3.4.2. Ukuran Sampel | 45 |
| 3.5. Teknik <i>Sampling</i> | 46 |
| 3.6. Sumber Data | 47 |
| 3.7. Teknik Pengumpulan Data | 48 |
| 3.8. Skala Pengukuran Data | 48 |
| 3.9. Teknik Pengolahan Data | 49 |
| 3.10. Teknik Pengujian Instrumen | 50 |
| 3.10.1. Pengujian Validitas | 50 |
| 3.10.2. Pengujian Reliabilitas | 51 |
| 3.11. Teknik Analisis Data | 52 |
| 3.11.1. Statistik Deskriptif | 53 |
| 3.11.2. Statistik Inferensi | 53 |
| 3.11.2.1. Uji Asumsi Klasik | 53 |
| 3.11.2.2. Analisis Regresi Linier Berganda | 55 |
| 3.11.2.3. Uji Hipotesis | 56 |

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|-----|
| 4.1. Sejarah Singkat Perusahaan | 60 |
| 4.2. Hasil Analisis Data | 67 |
| 4.2.1. Hasil Analisis Deskriptif | 68 |
| 4.2.1.1. Gambaran Umum Responden | 68 |
| 4.2.1.2. Analisis Jawaban Responden Per Variabel | 71 |
| 4.2.2. Hasil Analisis Inferensi | 92 |
| 4.2.2.1. Uji Asumsi Klasik | 92 |
| 4.2.2.2. Regresi Linier Berganda | 96 |
| 4.3. Pembahasan | 103 |

V. SIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---------------------|-----|
| 5.1. Simpulan | 112 |
| 5.2. Saran | 114 |

DAFTAR PUSTAKA