

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
LEMBAR PERNYATAAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
SANWACANA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan	16
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.5 Kerangka Pemikiran.....	18
1.6 Hipotesis	24
II. LANDASAN TEORI	25
2.1 Merek	25
2.1.1 Pengertian Merek	25
2.1.2 Manfaat Merek	32
2.2 Ekuitas Merek	35
2.3 <i>Brand Switching</i>	37
2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i>	38
2.5 Penelitian Terdahulu	40
III. METODE PENELITIAN	44
3.1 Ruang Lingkup & Objek Penelitian	44
3.2 Jenis dan Lokasi Penelitian	44
3.2.1 Jenis Penelitian	44
3.2.2. Lokasi Penelitian	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data	45
3.4 Sumber Data	46
3.5 Populasi dan Sampel	47

3.5.1 Populasi	47
3.5.2 Sampel	47
3.6 Konsep dan Variabel Operasional Penelitian	48
3.7 Skala Pengukuran	52
3.8 Uji Instrumen Penelitian	53
3.8.1 Uji Validitas	53
3.8.2 Uji Reliabilitas	55
3.9 Teknik Analisis Data	57
IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Karakteristik Responden	61
4.2 Analisis Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	62
4.2.1 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Indikator Atribut Produk (<i>Product Attribute</i>) yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i> Pengguna <i>Handphone</i> Merek Nokia ke <i>Handphone</i> Merek Blackberry	62
4.2.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Indikator Harga Produk (<i>Promotion</i>) yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i> Pengguna <i>Handphone</i> Merek Nokia ke <i>Handphone</i> Merek Blackberry	66
4.2.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Indikator Promosi (<i>Promotion</i>) yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i> Pengguna <i>Handphone</i> Merek Nokia ke <i>Handphone</i> Merek Blackberry	69
4.2.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Indikator Distribusi Produk (<i>Product Distribution</i>) yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i> Pengguna <i>Handphone</i> Merek Nokia ke <i>Handphone</i> Merek Blackberry	72
4.3 Hasil Penelitian dan Penafsiran Model	74
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Logistik	74
4.3.2 Penilaian Model	75
4.3.3 Penafsiran Model	80
4.4 Analisis Regresi Logistik	82
4.4.1 Analisa <i>Brand Switching</i>	82
4.4.2 Uji Hipotesis	82
4.5 Pembahasan	84
V. SIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Simpulan	87
5.2 Saran	88

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN