

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Keputusan Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>).....	10
2.1.1.1 Definisi Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>)	10
2.1.1.2 Faktor-Faktor Konsumen Berpindah Merek.....	11
2.1.1.3 Indikator Keputusan Perpindahan Merek	13
2.1.2 Ketidakpuasan Konsumen.....	15
2.1.2.1 Definisi Ketidakpuasan Konsumen	15
2.1.2.2 Indikator Ketidakpuasan Konsumen	17
2.1.3 <i>Variety Seeking</i> (Kebutuhan Mencari Variasi)	19
2.1.3.1 Definisi <i>Variety Seeking</i>	19
2.1.3.2 Tipe Konsumen Yang Mencari Variasi	22
2.1.3.3 Indikator <i>Variety Seeking</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Berpikir	27
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Layout Angket dan Definisi Operasional.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Uji Instrumen Penelitian	35
3.5.1 Uji Validitas	35
3.5.2 Uji Reliabilitas	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.7 Uji Hipotesis.....	41
3.7.1 Koefisien Determinan (R ²).....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	43
4.2 Identifikasi Responden.....	44
4.3 Uji Instrumen Penelitian	46
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	46
4.3.1.1 Variabel Ketidakpuasan Konsumen (X1).....	47
4.3.1.2 Variabel <i>Variety Seeking</i> (X2).....	48
4.3.1.3 Variabel Keputusan Perpindahan Merek (Y)	50
4.4 Transformasi Data Ordinal Ke Interval.....	51
4.5 Uji Asumsi Klasik	52
4.5.1 Uji Normalitas.....	52
4.5.2 Uji Multikolinearitas	54
4.5.3 Uji Heteroskedasitas.....	55
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.7 Uji Hipotesis.....	57
4.7.1 Uji Parsial (t).....	57

4.7.2 Uji Simultan (f)	58
4.7.3 Koefisien Determinan (R^2).....	59
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.8.1 Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>) Pada Konsumen Garnier Facial Foam.....	60
4.8.2 Pengaruh <i>Variety Seeking</i> Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>) Pada Konsumen Garnier Facial Foam	62
4.8.3 Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan <i>Variety Seeking</i> Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>) Pada Konsumen Garnier Facial Foam.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	