

DAFTAR ISI

	Hal
Ringkasan	i
Summary	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	7
E. Kerangka pemikiran	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Empirik	10
B. Kajian Teoritis	20
1. Pemasaran.....	20
2. Merek	21
3. Perpindahan Merek	23
4. Kelompok Acuan.....	24
(a) Pengertian Kelompok (<i>Group</i>)	24
(b) Pengertian Kelompok Acuan (<i>Reference Group</i>)	25
5. Kebutuhan Mencari variasi	29
6. Harga	30
7. Pengaruh Reference Group Terhadap Brand Switching	32
8. Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Brand Switching	33
9. Pengaruh Harga Terhadap Brand Switching	34
C. Model Konsep dan Model Hipotesis Penelitian	35
1. Model Konsep	35
2. Kerangka Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	39
B. Lokasi Penelitian	40
C. Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran	40

1. Variabel	40
2. Definisi Operasional	41
3. Skala Pengukuran	45
D. Populasi dan Sampel	45
1. Populasi Penelitian	45
2. Sampel Penelitian	46
E. Teknik Pengumpulan Data	47
1. Sumber Data	47
2. Metode Pengumpulan Data	47
F. Instrumen Penelitian	47
1. Uji Validitas dan Realibilitas	48
(a) Uji Validitas	48
(b) Uji Reliabilitas	50
G. Analisis Data	52
1. Analisis Deskriptif	52
2. Analisis Regresi Berganda	52
3. Uji Asumsi Klasik	53
(a) Uji Normalitas	53
(b) Uji Multikolinieritas	54
(c) Uji Heteroskedastisitas	54
H. Pengujian Hipotesis	55
1. Analisis Serentak	55
2. Analisis Parsial	56

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	57
B. Penyajian Data	58
1. Deskripsi Responden	58
(a) Berdasarkan Prodi	59
(b) Berdasarkan Jenis Kelamin	60
(c) Berdasarkan Uang Saku / Bulan	61
(d) Berdasarkan Frekuensi Perpindahan Merek <i>HP</i>	62
(e) Berdasarkan Merek <i>HP</i> Yang Pernah Di Gunakan	62
2. Data Statistik Deskriptif	63
(a) Statistik Deskriptif Variabel Kelompok Acuan	64
(b) Statistik Deskriptif Variabel Kebutuhan Menacari Variasi	67
(c) Statistik Deskriptif Variabel Harga	70
(d) Statistik Deskriptif Perpindahan Merek	73
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	74
(a) Uji Normalitas	75
(b) Uji Multikolinieritas	76
(c) Uji Heterkodesitas	77

4. Analisis Data Dan Interpretasi	78
---	----

(a) Analisis Data	78
-------------------------	----

(1) Analisis Koefisien Determinasi	77
--	----

(2) Analisis Serentak (Uji f)	79
-------------------------------------	----

(2) Analisis Regresi	80
----------------------------	----

(3) Analisis Parsial (Uji t)	82
------------------------------------	----

C. Pembahasan	84
---------------------	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	89
---------------------	----

B. Saran	90
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	92
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	94
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

NO.	Judul Tabel	Hal
2.1	Tabel Kajian Penelitian Terdahulu	17
3.1	Tabel Variabel, Indikator dan <i>Item</i>	44
3.2	Tabel Hasil Uji Validitas	49
3.3	Tabel Hasil Uji Reliabilitas	51
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Prodi	59
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku / Bulan	61
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Perpindahan Merek	62
4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Merek Handphoe yang Pernah di Gunakan	63
4.6	Data Interpretasi Skor Rata-Rata Variabel Penelitian	64
4.7	Distribusi Frekuensi Variabel Kelompok Acuan (X_1)	65
4.8	Distribusi Frekuensi Variabel Kebutuhan Mencari Variasi (X_2)	68
4.9	Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X_3)	71
4.10	Distribusi Frekuensi Variabel Perpindahan Merek (Y)	73
4.11	Nilai VIF Untuk Uji Multikolinieritas	77
4.12	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	79
4.13	Hasil Uji f	80
4.14	Hasil Rekapitulasi Analisis Regresi Berganda	81

DAFTAR GAMBAR

NO	Judul Gambar	Hal
2.1	Metode Konsep	35
2.2	Model Hipotesis	37
4.1	Gambar Asumsi Klasik Normalitas	76
4.2	Gambar Asumsi Klasik Heterokedetisitas	78



