

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	.....
HALAMAN PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
LAMPIRAN.....	x
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian .....	11
1.5. Kebaruan Penelitian ( <i>Novelty</i> ) .....	12
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI .....	14
2.1. Tinjauan Pustaka.....	14
2.1.1. Perilaku Perpindahan Merek ( <i>Brand Switching Behaviour</i> ).....	14
2.1.2. Perilaku Konsumen dan Kelas Sosial Ekonomi.....	18
2.1.3. <i>Fast-Moving Consumer Goods</i> (FMCG) .....	24
2.2. Landasan Teori.....	26
2.2.1. <i>Utilitarian Switching</i> dan <i>Hedonic Switching</i> .....	27
2.2.2. Loyalitas Pelanggan dan Perpindahan Merek ( <i>Brand Switching</i> ) .....	30
2.2.3. Keputusan Pembelian.....	36
2.3. Kerangka Pemikiran .....	42
2.4. Hipotesis.....	45
III. METODE PENELITIAN .....	52
3.1. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian.....	52
3.2. Dasar Pemilihan Lokasi Penelitian.....	53
3.2.1. Dasar Pemilihan Pulau Jawa .....	53
3.2.2. Dasar Pemilihan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (D.I.Y.) .....	55
3.2.3. Dasar Pemilihan Provinsi Jawa Timur.....	58
3.3. Penentuan Kategori Perdesaan dan Perkotaan .....	61
3.4. Penentuan Pembagian Kelas Sosial Ekonomi .....	62
3.5. Metode Penelitian .....	63
3.5.1. Disain Penelitian.....	63
3.5.2. Metode Penarikan Sampel dan Jumlah Sampel .....	63
3.5.3. Rancangan Uji Hipotesis.....	68
3.5.4. Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	69
3.5.5. Operasionalisasi Variabel .....	70
3.5.6. Pembatasan Masalah .....	77
3.5.7. Metode Analisis Data.....	79
IV. DESKRIPSI UMUM WILAYAH PENELITIAN .....	96
4.1. Gambaran Umum Indonesia dan Pulau Jawa.....	96
4.2. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta .....	101
4.2.1. Kota Yogyakarta .....	103
4.2.2. Kabupaten Bantul .....	105
4.3. Provinsi Jawa Timur .....	107
4.3.1. Kota Malang .....	110
4.3.2. Kabupaten Malang.....	112
V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	115

5.1. Statistika Deskriptif .....	115
5.1.1. Sebaran dan Profil Anggota Posyandu .....	115
5.1.2. Profil Responden Secara Umum.....	117
5.1.3. Profil Responden Menurut Kelas Sosial Ekonomi dan Tempat Tinggal .....	126
5.1.4. Segmentasi Konsumen dan Merek Produk GUM.....	129
5.2. Statistika Inferensial.....	132
5.2.1. Analisis Regresi Logistik Multinomial .....	132
5.2.2. Tingkat Perpindahan Merek.....	137
5.2.3. Analisis Regresi Logistik Biner.....	139
5.2.4. Uji Validitas Indikator .....	142
5.2.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner .....	144
5.2.6. Quality Indices and Goodness of Fit Model.....	146
5.2.7. Uji Hipotesis.....	147
5.2.8. Variabel Mediasi .....	150
5.2.9. Koefisien Determinasi.....	153
5.2.10. <i>Multi Group Analysis</i> (MGA) .....	153
5.3. Keterkaitan Antar Hasil Analisis dan Temuan Penelitian.....	156
VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	160
6.1. Kesimpulan.....	160
6.2. Saran.....	161
DAFTAR PUSTAKA .....	163
GLOSARIUM.....	174
LAMPIRAN .....	181
BIOGRAFI .....	291