

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Intisari	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Lampiran	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	2
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	3
BAB III DASAR TEORI	
3.1 Produk dan Jasa	5
3.2 Merek	6
3.3 Perilaku Konsumen	6
3.4 Jenis Perilaku Pembelian	6
3.5 Tren Perilaku Konsumen	7
3.6 Teknik Sampling	9
3.7 Uji Validitas	9
3.8 Uji Reliabilitas	10
3.9 Proses Stokastik	10
3.10 Pangsa Pasar dan Rantai Markov	11

3.11	Peluang Steady State	13
3.12	Uji <i>Chi-Square</i>	14
BAB III	METODOLOGI	10
4.1	Obyek Penelitian	15
4.2	Lokai Penelitian	15
4.3	Metode Pengumpulan Data	15
4.4	Tahapan Penelitian	16
4.5	Analisis Rantai Markov	17
4.5.1	Analisis Deskripsi Kuantitatif	17
4.5.2	Analisis Deskripsi Kualitatif	17
4.5.3	Analisis <i>Brand Switching</i>	17
4.5.4	Analisis Prediksi <i>Market Share</i>	17
4.5.5	Uji Validasi	18
4.6	Uji <i>Chi-Square</i> (χ^2)	18
4.7	Alat Analisis	19
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1	Analisis Markov Chain	20
5.1.1	Responden dan Merek	20
5.1.2	Analisis Alasan Pemilihan Merek	21
5.1.3	Perpindahan dalam Memilih Merek	25
5.1.4	Prediksi <i>Market Share</i>	27
5.1.5	Uji Validitas	30
5.2	Uji <i>Chi-Square</i> (χ^2)	31
BAB VI	PENUTUP	
6.1	Kesimpulan	33
6.2	Saran	33
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		