

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Lingkup Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan Tesis	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Perilaku Perpindahan Merek	9
2.2. Inovasi Produk.....	11
2.3. Proses Belajar	12
2.4. Kelompok Referensi	13
2.5. Mencari Variasi	14
2.6. Harga	15
2.7. Hipotesis Penelitian	16

BAB III	19
METODE PENELITIAN.....	19
3.1. Desain Penelitian	19
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	19
3.3. Populasi dan Sampel.....	19
3.4. Metode Pengambilan sampel.....	20
3.5. Metode Pengumpulan Data	20
3.6. Identifikasi Variabel Penelitian	21
3.7. Definisi Operasional Variabel	21
3.8. Instrumen Penelitian	24
3.8.1. Uji Validitas.....	25
3.8.2. Uji Validitas Sampel Kecil	27
3.8.3. Uji Reliabilitas	29
3.8.4. Uji Realibilitas Sampel Kecil	29
3.9. Analisis Regresi Logistik.....	30
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis	30
BAB IV	33
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Hasil Penyebaran Kuesioner.....	33
4.1.1. Karakteristik Responden.....	33
4.2. Hasil Uji Validitas Sampel Besar	35
4.3. Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	37
4.4. Hasil Analisis Regresi Logistik	38
4.4.1. Hasil Uji Kelayakan Model Regresi	38
4.4.2. Hasil Uji Simultan	39
4.5. Hasil Uji Hipotesis.....	39
4.5.1. Uji Hipotesis H1	40
4.5.2. Uji Hipotesis H2	41
4.5.3. Uji Hipotesis H3	42
4.5.4. Uji Hipotesis H4	42
4.5.5. Uji Hipotesis H5	43

4.6.	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	44
4.7.	Pembahasan	45
4.7.1.	Pengaruh Inovasi Produk pada Keputusan Konsumen untuk Berpindah Produk	45
4.7.2.	Pengaruh Proses Belajar pada Keputusan Konsumen untuk Berpindah Produk	46
4.7.3.	Pengaruh Kelompok Referensi pada Keputusan Konsumen untuk Berpindah Produk	47
4.7.4.	Pengaruh Mencari Variasi pada Keputusan Konsumen untuk Berpindah Produk	48
4.7.5.	Pengaruh Harga pada Keputusan Konsumen untuk Berpindah Produk.....	48
BAB V.....		50
SIMPULAN DAN SARAN		50
5.1.	Simpulan.....	50
5.2.	Keterbatasan Penelitian	50
5.3.	Saran	51
DAFTAR PUSTAKA		52
LAMPIRAN.....		54

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 3.2 Hasil Uji KMO dan Barlett 90 Responden	27
Tabel 3.3 Hasil Rotated Component Matrix 90 Responden	27
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas 90 Responden	29
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner.....	33
Tabel 4.2 Data Karakteristik Responden	34
Tabel 4.3 Hasil Uji KMO dan Barlett 338 Responden	35
Tabel 4.4 Hasil Rotated Component Matrix 338 Responden Tahap 2	36
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas 338 Responden	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Kelayakan Model Regresi	38
Tabel 4.7 Hasil <i>Omnibus Test if Model Coefficient</i>	39
Tabel 4.8 Hasil <i>Variable in The Equation</i>	40
Tabel 4.9 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perpindahan Produk.....	3
Gambar 2.1 Struktur Pasar Pembelian Ulang dan Perpindahan Merek	10
Gambar 3.1 Model Penelitian	18

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	54
Lampiran 2 Uji Validitas Tahap 1 (90 Responden)	60
Lampiran 3 Uji Reliabilitas Tahap 1 (90 Responden)	63
Lampiran 4 Data Sampel Besar (338 Responden)	66
Lampiran 5 Uji Validitas Sampel Besar (338 Responden)	77
Lampiran 6 Uji Reliabilitas Sampel Besar (338 Responden)	80
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Logistik	83
Lampiran 8 Kuesioner Pra Survei (12 Responden)	87