

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Karakteristik Kategori Produk	7
2.1.2. Iklan Pesaing	9
2.1.3. Perilaku Mencari Variasi.....	10
2.1.4. Perpindahan Merek	11
2.2. Penelitian Terdahulu.....	13
2.3. Hubungan antar variabel	15
2.3.1. Hubungan karakteristik kategori produk terhadap perpindahan merek.....	15
2.3.2. Hubungan antara iklan pesaing terhadap perpindahan merek.....	16

2.3.3.	Hubungan antara karakteristik kategori produk terhadap perpindahan merek yang dimoderasi perilaku mencari variasi.....	17
2.3.4.	Hubungan antara iklan pesaing terhadap perpindahan merek yang dimoderasi perilaku mencari variasi	18
2.4.	Model Empirik	19
BAB III METODE PENELITIAN.....		20
3.1.	Jenis Penelitian	20
3.2.	Populasi dan Sampel	20
3.2.1.	Populasi Penelitian	20
3.2.2.	Sampel Penelitian.....	21
3.3.	Sumber dan Metode Pengumpulan Data	22
3.3.1.	Sumber Data.....	22
3.3.2.	Metode Pengumpulan Data	22
3.4.	Variabel dan Indikator	23
3.5.	Teknik Analisis.....	24
3.5.1.	Analisis Kualitatif	24
3.5.2.	Analisis Kuantitatif	24
3.5.3.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	24
3.5.4.	Uji Asumsi Klasik	25
3.5.5.	Analisis Regresi	26
3.5.6.	Uji Hipotesis	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		31
4.1.	Hasil Penelitian.....	31
4.1.1.	Karakteristik Responden	31
4.1.2.	Deskripsi Data Penelitian	33
4.2.	Analisis Data	40
4.2.1.	Uji Instrumen	40
4.2.2.	Uji Asumsi Klasik	43
4.2.3.	Analisis Regresi	47
4.2.4.	Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji T).....	50
4.2.5.	Uji Koefisien Determinasi (R²).....	53
4.3.	Pembahasan	53
4.3.1.	Karakteristik Kategori Produk Terhadap Perpindahan Merek.....	53

4.3.2.	Iklan Pesaing Terhadap Perpindahan Merek.....	54
4.3.3.	Karakteristik Kategori Produk Terhadap Perpindahan Merek Yang dimoderasi Perilaku Mencari Variasi.....	55
4.3.4.	Iklan Pesaing Terhadap Perpindahan Merek Yang Dimoderasi Perilaku Mencari Variasi.....	56
BAB V PENUTUP.....		57
5.1.	Simpulan.....	57
5.2.	Implikasi Manajerial.....	58
5.3.	Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang.....	59
DAFTAR PUSTAKA		60
LAMPIRAN		62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Penjualan Wonder Bakery Tahun 2015-2017	4
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1. Variabel Dan Indikator	31
Tabel 4. 1. Data usia responden	41
Tabel 4. 2. Data Profesi Responden	42
Tabel 4. 3. Instrumen Karakteristik Kategori Produk	44
Tabel 4. 4. Instrumen Iklan Pesaing	45
Tabel 4. 5. Instrumen Perilaku Mencari Variasi	47
Tabel 4. 6. Instrumen Perpindahan Merek	48
Tabel 4. 7. Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4. 8. Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 9. Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov	53
Tabel 4. 10. Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4. 11. Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4. 12. Hasil Analisis Regresi Nilai Selisih Mutlak	57
Tabel 4. 13. Uji Signifikan Pengaruh Parsial (T)	59
Tabel 4. 14. Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Empirik	19
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas	47

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER	62
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA.....	68
LAMPIRAN 3 HASIL ANALISIS DATA.....	75