

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum	1
1.1.1 Profile Perusahaan	1
1.2 Logo Perusahaan	2
1.3 Latar Belakang Penelitian	2
1.4 Perumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Kegunaan Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pemasaran	11
2.2 Manajemen Pemasaran	11
2.2.1 Harga	12
2.2.2 Promosi	13
2.2.3 Peralihan Merek	14
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Variabel Operasional	25
3.2.1 Skala Pengukuran	28
3.3 Tahap Penelitian	29
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.4.1 Populasi	29
3.4.2 Sampel	30

3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	32
3.6.1 Uji Validitas	32
3.6.2 Uji Reliabilitas	33
3.7 Teknik Analisis Data	33
3.7.1 Analisis Deskriptif	33
3.8 Uji Asumsi Klasik	35
3.8.1 Uji Normalitas	35
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas	35
3.8.3 Uji Multikolinieritas	35
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.9 Pengujian Hipotesis	36
3.9.1 Uji Parsial (Uji <i>t</i>)	36
3.9.2 Uji Simultan (Uji <i>F</i>)	37
3.9.3 Koefisien Determinasi	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.2 Gambaran Profil Responden	38
4.2 Pengujian Kualitas Alat Ukur Penelitian	40
4.3 Tanggapan Responden Terkait Variabel Harga	42
4.4 Tanggapan Responden Terkait Variabel Promosi	46
4.5 Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Switching Behavior</i>	49
4.6 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	52
4.7 Pengujian Asumsi Klasik	53
4.8 Regresi Linier Berganda	55
4.9 Uji Parsial (Uji <i>t</i>)	56
4.10 Uji Simultan (Uji <i>F</i>)	58
4.11 Koefisien Determinasi	59
4.12 Pembahasan Hasil Analisis	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67