

DAFTAR ISI

JUDUL.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	9
D. Perumusan Masalah.....	10
E. Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II	12
KAJIAN TEORETIK.....	12
A. Deskripsi Konseptual	12
1. Definisi Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>) (Y).....	12
2. Dimensi Perpindahan Merek (<i>Brand Switching</i>)	15
3. Definisi Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen (X_1).....	17
4. Dimensi Ketidakpuasan.....	20
5. Definisi Kebutuhan Mencari Variasi (<i>Variety Seeking</i>) (X_2).....	22
6. Dimensi Kebutuhan Mencari Variasi (<i>Variety Seeking</i>)	23
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	25
C. Kerangka Teoretik.....	45
D. Perumusan Hipotesis	47
BAB III	48
METODOLOGI PENELITIAN	48

A. Tujuan Penelitian	48
B. Tempat dan Waktu Penelitian	48
C. Metode Penelitian.....	49
D. Populasi dan Sampel	50
E. Teknik Pengumpulan Data	54
F. Operasionalisasi Variabel Penelitian	56
F. Teknik Analisis Data	58
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
2. Uji Asumsi Dasar	60
3. Uji Asumsi Klasik Regresi	61
4. Analisis Regresi Liner Berganda	62
5. Pengujian Hipotesis.....	63
BAB IV	65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Deskriptif Unit Analisis	65
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	81
1. Uji Instrumen	81
2. Analisis Deskriptif.....	85
3. Uji Asumsi Dasar	105
4. Uji Asumsi Klasik	109
5. Analisis Regresi Linear Berganda	111
6. Pengujian Hipotesis.....	114
7. Koefisien Determinasi	117
C. Pembahasan.....	117
BAB V	120
KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	120
A. Kesimpulan	120
B. Implikasi Teoritik dan Manajerial	121
C. Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	130

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner.....	135
Lampiran II	Hasil penelitian SPSS	141

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Hasil penelitian yang relevan	43
Tabel III.1	Waktu Penelitian	49
Tabel III.2	Klasifikasi Sampel.....	53
Tabel III.3	Skala Likert	55
Tabel III.4	Operasionalisasi Variabel.....	56
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	68
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan Blackberry	69
Tabel IV.6	Tipe Blackberry yang digunakan.....	71
Tabel IV.7	Tabel Silang antara Tipe Blackberry dengan Pendapatan	73
Tabel IV.8	Tabel Silang antara Tipe Blackberry dengan Pekerjaan.....	76
Tabel IV.9	Tabel Silang antara Tipe Blackberry dengan Waktu Penggunaan	79
Tabel IV.10	Uji Validitas Ketidakpuasan Konsumen (X_1).....	82
Tabel IV.11	Uji Validitas Kebutuhan Mencari Variasi (X_2)	83
Tabel IV.12	Uji Validitas Keputusan Perpindahan Merek (Y)	83
Tabel IV.13	Uji Reliabilitas.....	85
Tabel IV.14	Nilai Analisis Deskriptif Ketidakpuasan Konsumen (X_1).....	87
Tabel IV.15	Nilai Analisis Deskriptif Kebutuhan Mencari Variasi (X_2)	96
Tabel IV.16	Nilai Analisis Deskriptif Keputusan Perpindahan Merek (Y).....	101
Tabel IV.17	Hasil Uji Normalitas Data dengan	

	<i>One Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	106
Tabel IV.18	Hasil Uji Normalitas Residual dengan <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	107
Tabel IV.19	Hasil Uji Linearitas X_1 dengan Y	108
Tabel IV.20	Hasil Uji Linearitas X_2 dengan Y	109
Tabel IV.21	Hasil Uji Multikolinearitas	110
Tabel IV.22	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	111
Tabel IV.23	Hasil Analisis Regresi Berganda	112
Tabel IV.24	Hasil Uji F Analisis Regresi Linear Berganda	116
Tabel IV.25	Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	<i>Top 10 Mobile Device Vendors in Indonesia</i>	4
Gambar I.2	Penjualan unit Blackberry per tahun	6
Gambar II.1	Kerangka Pemikiran	47