

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	13
2.1.1 Atribut Produk.....	13
2.1.1.1 Dimensi Atribut Produk.....	16
2.1.2 <i>Variety Seeking</i> .....	18
2.1.2.1 Dimensi <i>Variety Seeking</i> .....	21
2.1.3 Perpindahan Merek.....	22
2.1.3.1 Dimensi Perpindahan Merek.....	23
2.2 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran .....	31
2.4 Hipotesis .....	35

### BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	36
3.2	Metode Penelitian.....	36
3.3	Operasioanl Variabel Penelitian.....	37
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	38
3.5	Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	40
3.6	Metode Analisis .....	42
3.6.1	Uji Instrumen .....	42
3.6.2	Uji Asumsi Dasar .....	44
3.6.3	Uji Asumsi Klasik .....	45
3.6.4	Analisa Regresi Linear Sederhana .....	45
3.6.5	Analisa Regresi Linear Berganda.....	47
3.6.6	Uji Hipotesis .....	47
3.6.7	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Unit Analisis.....	50
4.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	51
4.1.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	52
4.1.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran perBulan .....	53
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	55
4.2.1	Hasil Pengujian Instrumen.....	55
4.2.1.1	Uji Validitas .....	55
4.2.1.2	Uji Reliabilitas .....	57
4.2.2	Analisis Deskriptif.....	58
4.2.2.1	Variabel Atribut Produk ( $X_1$ ).....	58
4.2.2.2	Variabel <i>Variety Seeking</i> ( $X_2$ ).....	61
4.2.2.3	Variabel Perpindahan Merek (Y) .....	64
4.2.3	Uji Asumsi Dasar .....	67
4.2.3.1	Uji Normalitas.....	67
4.2.3.2	Uji Linearitas.....	69

4.2.4 Uji Asumsi Klasik .....	71
4.2.4.1 Uji Multikolinieritas .....	71
4.2.4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	72
4.2.5 Analisis Regresi .....	73
4.2.5.1 Hipotesis 1 .....	73
4.2.5.1.1 Uji t .....	73
4.2.5.1.2 Persamaan Regresi Linear Sederhana....	73
4.2.5.1.3 Koefisien Determinasi .....	74
4.2.5.2 Hipotesis 2 .....	75
4.2.5.2.1 Uji t .....	75
4.2.5.2.2 Persamaan Regresi Linear Sederhana....	76
4.2.5.2.3 Koefisien Determinasi .....	77
4.2.5.3 Hipotesis 3 .....	78
4.2.5.3.1 Uji F .....	78
4.2.5.3.2 Uji t .....	79
4.2.5.3.3 Persamaan Regresi Linear Sederhana....	80
4.2.5.3.4 Koefisien Determinasi .....	80
4.3 Implikasi Manajerial.....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	84
5.2 Saran .....	86
5.2.1 Saran Operasional .....	86
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Nama Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Data Penjualan berdasarkan <i>Operating System</i> di Dunia Periode 2012- 2013 (dalam ribuan)	2
Tabel 1.2	Pertumbuhan <i>Smartphone</i> di Asia Tenggara	3
Tabel 1.3	Peringkat Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> Periode 2012-2013	4
Tabel 1.4	<i>Top Brand Index</i> Tahun 2011-2013 kategori <i>Handphone</i>	5
Tabel 2.1	<i>Review</i> Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	37
Tabel 3.2	Bobot Nilai Pernyataan Kuisisioner	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	53
Tabel 4.5	Uji Validitas Atribut Produk ( $X_1$ )	55
Tabel 4.6	Uji Validitas <i>Variety Seeking</i> ( $X_2$ )	56
Tabel 4.7	Uji Validitas Perpindahan Merek (Y)	57
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.9	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Atribut Produk ( $X_1$ )	58
Tabel 4.10	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Variety Seeking</i> ( $X_2$ )	62
Tabel 4.11	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Perpindahan Merek (Y)	65
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	67
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas Residual dengan Kolmogorov-Smirnov	68
Tabel 4.14	Hasil Uji Linearitas	69
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.17	Hasil Uji t variabel atribut produk terhadap perpindahan merek	73
Tabel 4.18	Hasil Analisis Koefisien Determinasi Hipotesis 1	74

Tabel 4.19	Hasil Uji t variabel <i>variety seeking</i> terhadap perpindahan merek	75
Tabel 4.20	Hasil Analisis Koefisien Determinasi Hipotesis 2	77
Tabel 4.21	Hasil Uji F variabel atribut produk dan <i>variety seeking</i> terhadap perpindahan merek	78
Tabel 4.22	Hasil Uji t Analisis Regresi Linear Berganda Hipotesis 3	79
Tabel 4.23	Hasil Analisis Koefisien Determinasi Hipotesis 3	81

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor Gambar</b>	<b>Nama Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1	Sumber pengguna <i>smartphone</i> Samsung	7
Gambar 2.1	Model Penelitian	35

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Nomor Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>
Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Jawaban Kuesioner
Lampiran 3	Uji Validitas
Lampiran 4	Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Uji Normalitas
Lampiran 6	Uji Linearitas
Lampiran 7	Uji Multikolinearitas
Lampiran 8	Uji Heterokedastisitas
Lampiran 9	Uji T Persepsi Harga terhadap Loyalitas
Lampiran 10	Analisis Determinasi Harga terhadap Loyalitas
Lampiran 11	Determinasi