

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Fitur Produk	12
2.1.1 Pengertian Fitur Produk	12
2.1.2 Indikator Fitur Produk.....	13

2.2 Harga	14
2.2.1 Pengertian Harga.....	14
2.2.2 Strategi Penetapan Harga.....	14
2.2.3 Tujuan Penetapan Harga.....	15
2.2.4 Indikator Harga	16
2.3 <i>Brand Switching</i>	16
2.3.1 Pengertian <i>Brand Switching</i>	16
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i>	17
2.3.3 Indikator <i>Brand Switching</i>	18
2.4 Penelitian Terdahulu	20
2.5 Kerangka Pemikiran	21
2.6 Hipotesis Penelitian	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Sumber Data	24
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.4 Populasi dan Sampel.....	26
3.5 Variabel Penelitian.....	27
3.6 Definisi Operasional Variabel	28
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	29
3.7.1 Uji Validitas.....	29
3.7.2 Uji Realibilitas	29
3.8 UjiPersyaratan Analisis Data.....	31
3.8.1 Uji Normalitas.....	31
3.8.2 Uji Linieritas	31
3.8.3 Uji Multikolinieritas	32
3.9 Metode Analisis Data.....	33
3.10 Pengujian Hipotesis	34

3.10.1 Uji t	34
3.10.2 Uji F.....	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data.....	36
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	36
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	38
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	44
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	44
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	46
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisa Data	47
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	47
4.3.2 Hasil Uji Linieritas	48
4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas	49
4.4 Hasil Analisis Data.....	50
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	52
4.5.1 Hasil Uji t	52
4.5.2 Hasil Uji F.....	53
4.6 Pembahasan	54

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	59
5.2 Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> 2018-2020.....	2
Tabel 1.2 Pangsa Pasar Di Lampung 2018.....	3
Tabel 1.3 <i>Pra-Survey</i> Konsumen Samsung.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel.....	28
Tabel 3.2 Interpretasi Nilai R.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Fitur Produk (X1)	38
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Harga (X2).....	40
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Brand Switching</i> (Y).. ..	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Fitur Produk (X1).....	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Switching</i> (Y).....	46
Tabel 4.10 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi.....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas.....	44
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas.....	45
Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda	46
Tabel 4.17 Hasil Nilai Koefisien Regresi.....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	49

DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	22
--------------------------------	----