

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL BERLAKANG	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GRAFIK	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Rumusan Masalah	10
1.3.Ruang Lingkup Penelitian	10
1.3.1. Ruang Lingkup Subjek	10
1.3.2. Ruang Lingkup Objek	11
1.3.3. Ruang Lingkup Tempat	11
1.3.4. Ruang Lingkup Waktu	11
1.4.Tujuan Penelitian.....	11
1.5.Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1. Bagi Penulis	11
1.5.2. Bagi Institusi.....	11
1.5.3. Bagi Perusahaan	12
1.6.Sistematika Penulisan.....	12

BAB 11 LANDASAN TEORI

2.1. Merek.....	13
-----------------	----

2.2. <i>Brand switching</i>	13
2.3. Factor-Faktor <i>Brand switching</i>	14
2.4. Promosi	16
2.5. Gaya hidup.....	17
2.6. Kualitas Layanan.....	17
2.7 Penelitian Terdahulu.....	19
2.8. Kerangka Pikir.....	20

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	21
3.2. Sumber Data	21
3.3. Metode Pengumpulan Data	22
3.4. Populasi dan Sampel.....	22
3.4.1. Populasi.....	22
3.4.2. Sampel.....	22
3.5. Variabel Penelitian	23
3.6. Devinisi Operasional Variabel	24
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	24
3.7.1 Uji Validitas.....	25
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	25
3.8. Metode Analisis Data	25
3.8.1. Analisis Cochran Q Test	25
3.8.2. Hipotesis.....	26

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data	27
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	27
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	31
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instumen.....	32
4.2.1 Hasul Uji Validitas.....	32
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	33
4.3 Hasil Analisis Data	34
4.3.1 Hasil Uji Chocran	34
4.4 Pembahasan	46

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Hasil Pra-Survey Faktor yang Mempengaruhi Brand switching dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia.....	7
1.2 Hasil Pra-Survey Faktor yang Mempengaruhi Brand switching dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	19
3.1 Definisi Operasional Variabel	24
3.2 Interpretasi Nilai R.....	25
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	28
4.3 Karakteristik Berdasarkan Asal Provinsi	28
4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	29
4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Perbulan	29
4.6 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran perbulan di shopee	30
4.7 Karakteristik Berdasarkan banyaknya checkout shopee	30
4.8 Hasil Jawaban Responden	31
4.9 Hasil Uji Validitas.....	32
4.10 Hasil Uji Reliabilitas	33
4.11 Hasil Uji Chocran (Langkah Pertama).....	34
4.12 Hasil Uji Chocran (Langkah Kedua).....	35
4.13 Hasil Uji Chocran (Langkah Ketiga).....	36
4.14 Hasil Uji Chocran (Langkah Keempat).....	37
4.15 Hasil Uji Chocran (Langkah Kelima)	38
4.16 Hasil Uji Chocran (Langkah Keenam).....	39
4.17 Hasil Uji Chocran (Langkah Ketujuh)	40
4.18 Hasil Uji Chocran (Langkah Kedelapan).....	41
4.19 Hasil Uji Chocran (Langkah Kesembilan).....	42
4.20 Hasil Uji Chocran (Langkah Kesepuluh).....	43
4.21 Tahap Uji Coba Cochran Q test	44
4.22 Daftar Rangking <i>Brand switching</i> dari Tokopedia Ke Shopee	45

DAFTAR GRAFIK

Grafik

	Halaman
1.1 Grafik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	2
1.2 Grafik Peingkat E-Commerce di Indonesia	3
1.3 Grafik Hasil Pra-survey Konsumen yang Melakukan Brand switching dari Tokopedia Ke Shopee	5
1.4 Grafik Hasil Pra-survey Sejak Kapan Konsumen melakukan Brand switching dari Tokopedia ke Shopee.....	6

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Gambar Kerangka Pemikiran	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	
Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden	
Lampiran 3 Hasil Uji Frekuensi	
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	
Lampiran 6 Hasil Uji Chocran T test	