

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.3.1 Ruang Lingkup Objek	11
1.3.2 Ruang Lingkup Subjek.....	11
1.3.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	11
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Manajemen Merek	15
2.2 <i>Brand Switching</i> (Perpindahan Merek).....	17
2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku <i>Brand Switching</i>	20

2.3.1 Label Halal	20
2.3.2 <i>Beauty Vlogger</i>	24
2.3.3 <i>Variety Seeking</i>	26
2.3.4 Ketidakpuasan Konsumen	30
2.4 Peneliian Terdahulu	32
2.5 Kerangka Pemikiran	35
2.6 Kerangka Teoritis	36
2.7 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Sumber Data	41
3.3 Metode Pengumpulan Data	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5 Populasi dan Sampel	43
3.5.1 Populasi	43
3.5.2 Sampel	43
3.6 Variabel Penelitian	44
3.6.1 Variabel Dependensi	44
3.6.2 Variabel Independen	44
3.7 Definisi Operasional	45
3.8 Uji Persyaratan Instrumental	48
3.8.1 Uji Validitas	48
3.8.2 Uji Reliabilitas	49
3.9 Uji Persyaratan Analisis Data	50
3.9.1 Uji Normalitas	50
3.9.2 Uji Multikolinieritas	50
3.9.3 Uji Homogenitas	51
3.9.4 Uji Linieritas	52
3.10 Metode Analisis Data	52
3.10.1 Regresi Linier Berganda	53
3.11 Uji Hipotesis	53

3.11.1 Uji t	53
3.11.2 Uji F	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Deskripsi Data	57
4.1.1 Karakteristik Responden	57
4.1.1.1 Usia	57
4.1.1.2 Pekerjaan.....	58
4.1.1.3 Pengeluaran/bulan.....	58
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden	59
4.2 Hasil Uji Instrumen	65
4.2.1 Hasil Uji Validitas	65
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	69
4.3 Hasil Uji Persyaratan Data	70
4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	70
4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	72
4.3.3 Hasil Uji Homogenitas	73
4.3.4 Hasil Uji Linieritas	74
4.4 Hasil Metode Analisis Data.....	75
4.4.1 Hasil Regresi Linier Berganda	75
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	78
4.5.1 Hasil Uji t	78
4.5.2 Hasil Uji F	82
4.6 Pembahasan	84
4.6.1 Pembahasan Label Halal Terhadap <i>Brand Switching</i>	84
4.6.2 Pembahasan <i>Beauty Vlogger</i> Terhadap <i>Brand Switching</i>	85
4.6.3 Pembahasan <i>Variety Seeking</i> Terhadap <i>Brand Switching</i>	86
4.6.4 Pembahasan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap <i>Brand</i> <i>Switching</i>	87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	