

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi masalah .....	15
1.3 Rumusan Masalah .....	16
1.4 Tujuan Penelitian .....	16
1.5 Kegunaan Penelitian.....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	18
2.1 Kajian Pustaka.....	18
2.1.1 Konsep Variasi Produk.....	18
2.1.1.1 Variasi Produk dalam konsep Manajemen Pemasaran .....	18
2.1.1.2 Definisi Variasi Produk.....	25
2.1.1.3 Fungsi Variasi Produk .....	27
2.1.1.4 Dimensi Variasi Produk .....	28
2.1.2 Konsep <i>Switching Barrier</i> (Hambatan Berpindah).....	32
2.1.2.1 Definisi <i>Switching Barrier</i> .....	32
2.1.2.2 Dimensi <i>Switching Barrier</i> .....	37
2.1.2.3 Bentuk <i>Switching Barrier</i> .....	41
2.1.3 Konsep Perilaku Konsumen .....	48
2.1.3.1 Definisi Perilaku Konsumen .....	48

2.1.4	Konsep Loyalitas Pelanggan .....	55
2.1.4.1	Definisi Loyalitas Pelanggan .....	55
2.1.4.2	Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan .....	61
2.1.4.3	Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	63
2.1.4.4	Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	69
2.1.5	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	73
2.1.6	Pengaruh <i>Switching Barrier</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	74
2.1.7	Orisinalitas Penelitian .....	75
2.2	Kerangka Pemikiran.....	81
2.3	Hipotesis.....	83
<b>BAB III</b>	<b>OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>84</b>
3.1	Objek Penelitian .....	84
3.2	Metode Penelitian.....	84
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode .....	84
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	86
3.2.3	Jenis dan Sumber Data .....	89
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	91
3.2.4.1	Polpulasi.....	91
3.2.4.2	Sampel.....	92
3.2.4.3	Teknik Sampling .....	94
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data .....	94
3.2.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	96
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas.....	96
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	103
3.2.7	Rancangan Analisa Data dan Pengujian Hipotesis.....	105
3.2.7.1	Teknik Analisis Data.....	105
3.2.7.2	Rancangan Analisis Deskriptif.....	107
3.2.7.3	Rancangan Analisis Verifikatif .....	108
3.2.8	Analisis Korelasi .....	109

3.2.9	Uji Asumsi Klasik .....	111
3.2.9.1	Uji Normalitas.....	111
3.2.10	Analisis Regresi Linier Berganda.....	112
3.2.10.1	Uji Multikolinieritas.....	113
3.2.10.2	Uji Heteroskedastisitas.....	114
3.2.10.3	Uji Autokorelasi .....	115
3.2.11	Koefisien Determinasi .....	116
3.2.11.1	Pengujian Hipotesis.....	117
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>120</b>
4.1	Profil Perusahaan dan Karakteristik Responden.....	120
4.1.1	Profil Perusahaan.....	120
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan .....	120
4.1.1.2	Visi dan Misi PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing .....	121
4.1.1.3	Prestasi PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing.....	121
4.1.1.4	Produk .....	122
4.1.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	123
4.1.2.1	Karakteristik Responden .....	123
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	123
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia...	124
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	125
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	126
4.1.3	Pengalaman Responden .....	127
4.1.3.1	Pengalaman Responden Berdasarkan Tahun Menggunakan Sepeda Motor Matic Yamaha.	127

4.1.3.2	Pengalaman Responden Berdasarkan Produk Sepeda Motor Matic Yamaha.....	128
4.1.3.3	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Utama Menggunakan Sepeda Motor Matic Yamaha .....	129
4.1.3.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Untuk Tetap Menggunakan Sepeda Motor Matic Yamaha .....	130
4.2	Tanggapan Responden Terhadap Variasi Produk .....	131
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Corak.....	131
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Desain .....	133
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas .....	134
4.2.4	Rekapitulasi Gambaran Variasi Produk .....	135
4.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Switching Barrier</i> .....	138
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Hambatan Waktu ..	139
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Hambatan biaya ....	140
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Hambatan Usaha...	141
4.3.4	Rekapitulasi Gambaran <i>Switching Barrier</i> .....	142
4.4	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	145
4.4.1	Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Ulang4Secara Berkala .....	145
4.4.2	Tanggapan Responden Terhadap Membeli Produk Lain dari Produsen yang Sama.....	146
4.4.3	Tanggapan Responden Terhadap Referensi Produk ..	147
4.4.4	Rekapitulasi Gambaran Loyalitas Pelanggan.....	148
4.5	Pengujian Hipotesis Pengaruh Variasi Produk dan <i>Switching Barrier</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	151
4.6	Uji Asumsi Klasik .....	151
4.6.1	Uji Normalitas .....	152
4.6.1.1	Uji Multikolinearitas .....	153
4.6.1.2	Uji Heterokesdastistas .....	154

4.6.1.3 Uji Autokorelasi .....	155
4.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	156
4.6.3 Analisis Korelasi Person .....	159
4.6.4 Pengujian Hipotesis.....	160
4.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial .....	161
4.6.6 Koefisien Determinasi.....	162
4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	164
4.7.1 Implikasi Hasil Temuan Penelitian Bersifat Toritis .....	164
4.7.2 Implikasi Hasil Temuan Penelitian Bersifat Empiris .....	165
4.7.3 Implikasi Penelitian Terhadap Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis.....	166
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>170</b>
5.1 Kesimpulan .....	170
5.2 Rekomendasi.....	172
DAFTAR PUSTAKA .....	173
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2008-2013.....	5
1.2	Penjualan Sepeda Motor Matic di Indonesia.....	6
1.3	Penjualan Sepeda Motor Matic di Jawa Barat.....	7
1.4	Penjualan Sepeda Motor Matic di Cimahi.....	7
1.4	Variasi Produk Sepeda Motor Matic .....	10
1.5	Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Sepeda Motor Matic 2013 .....	12
1.6	Data Keluhan Sepeda Motor Matic Yamaha .....	13
2.1	Definisi Variasi Produk Menurut Beberapa Ahli .....	25
2.2	Definisi <i>Switching Barrier</i> .....	36
2.3	Dimensi <i>Switching Barrier</i> .....	35
2.4	Jenis Loyalitas .....	58
2.5	Orisinalitas Penelitian.....	75
3.1	Operasionalisasi Variabel .....	87
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	90
3.3	Populasi Pengguna Sepeda Motor Matic Yamaha Produksi Tahun 2012-2013 .....	91
3.4	Interprestasi Besarnya Koefisien Korelasi.....	98
3.5	Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas Variabel X1 (Variasi Produk) .....	99
3.6	Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas Variabel X2 ( <i>Switching Barrier</i> ).....	101
3.7	Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan) .....	102
3.8	Hasil Pengujian Reabilitas Instrumen Penelitian.....	105
3.9	Penafsiran .....	108
3.10	Skor Alternatif Jawaban Pertanyaan.....	109
3.11	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	111
3.12	Pedoman Untuk Memberikan Determinasi Koefisien Determinasi .....	117

4.1	Produk Sepeda Motor Yamaha.....	122
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	123
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	124
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	125
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	126
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Menggunakan.....	127
4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Produk Sepeda Motor Matic Yamaha yang Dimiliki.....	128
4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Utama Menggunakan Sepeda Motor Matic Yamaha .....	129
4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Untuk Tetap Menggunakan Sepeda Motor Matic Yamaha .....	130
4.10	Tanggapan Responden Terhadap Corak Sepeda Motor Matic Yamaha.	132
4.11	Tanggapan Responden Terhadap Desain Sepeda Motor Matic Yamaha	133
4.12	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Sepeda Motor Matic Yamaha.....	134
4.13	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variasi Produk.....	135
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Hambatan Waktu .....	139
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Hambatan Biaya .....	140
4.16	Tanggapan Responden Terhadap Hambatan Usaha .....	141
4.17	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Switching Barrier</i> .....	142
4.18	Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Ulang Secara Berkala .....	146
4.19	Tanggapan Responden Terhadap Membeli Produk Lain dari Produsen yang Sama .....	147
4.20	Tanggapan Responden Terhadap Referensi Produk .....	148
4.21	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	149
4.22	<i>Test of Normality</i> .....	152
4.23	Matrik Korelasi.....	154
4.24	Nilai Durbin Watson.....	156
4.25	<i>Output</i> Koefisien Regresi .....	156

4.26	<i>Output Pearson Correlation</i> .....	159
4.27	<i>Output Pengujian Hipotesis Secara Simultan</i> .....	160
4.28	<i>Output Pengujian Hipotesis Secara Parial</i> .....	162
4.29	<i>Output Model Summary</i> .....	162

## DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	Volume Penjualan Motor dan Mobil di Indonesia Tahun 2008-2012....	2
1.2	Pasar dan Pertumbuhan Sepeda Motor Nasional Tahun 2011-2015 ..	3
1.3	Alasan Pengguna Sepeda Motor Beralih ke Sepeda Motor Matic .....	9
1.4	Pangsa Pasar Sepeda Motor Matic Berdasarkan Merek Tahun 2008-2012 .....	14
2.1	<i>The Four P Components of The Marketing Mix</i> .....	21
2.2	<i>Relationship Development Model</i> .....	34
2.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peilaku Konsumen .....	47
2.4	Tiga Pilar Loyalitas Pelanggan .....	66
2.4	Piramida Loyalitas .....	68
2.6	Kerangka Pemikiran Pengaruh Variasi Produk dan Switching Barrier Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Matic Yamaha .....	81
2.7	Paradigma Penelitian Pengaruh Variasi Produk dan Switching Barrier Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Matic Yamaha .....	82
3.1	Output Uji Normalitas .....	112
4.1	Hasil Kontinium Variasi Produk .....	138
4.2	Hasil Kontinium <i>Switching Barrier</i> .....	144
4.3	Hasil Kontinium Loyalitas Pelanggan .....	151
4.4	Diagram Garis Linier Variasi Produk dan <i>Switching Barrier</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Matic Yamaha.....	153
4.5	Heterogenitas Variasi Produk dan <i>Switching Barrier</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Matic Yamaha.....	155

## DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul Lampiran
1	Angket Kuisisioner
2	Karakteristik dan Pengalaman Responden
3	Koding X1
4	Koding X2
5	Koding Y
6	Uji Validitas X1
7	Uji Validitas X2
8	Uji Validitas Y
9	Analisis Regresi Linier Berganda
10	Tabel distribusi F
11	Tabel distribusi T
12	<i>r Product Moment</i>
13	Curriculum Vitae