

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	12
1.4 Kerangka Pemikiran .....	13
1.5 Asumsi .....	19
1.6 Hipotesis .....	20
<b>BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1 Konsep Pemasaran .....	21
2.2 Nilai Pelanggan .....	24
2.2.1 Sumber Nilai .....	26
2.2.2 Bentuk-bentuk Nilai .....	27
2.3 Konsep <i>Emotional Value</i> .....	30
2.3.1 Emosi .....	30
2.3.2 <i>Emotional Value</i> .....	33
2.3.2.1 <i>Equity Value</i> .....	36
2.3.2.2 <i>Experience Value</i> .....	37
2.3.2.3 <i>Energy Value</i> .....	39
2.4 Kepuasan Pelanggan .....	40
2.5 Loyalitas Pelanggan .....	42
2.5.1 Definisi Loyalitas Pelanggan .....	44

2.5.2	Perspektif Loyalitas .....	45
2.5.3	Karakteristik Pelanggan Yang Loyal .....	47
2.5.4	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan .....	48
2.5.5	Tingkat Loyalitas Pelanggan .....	50
2.6	Pengaruh <i>Emotional value</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	65

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1	Objek Penelitian .....	68
3.2	Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan .....	68
3.2.1	Jenis Penelitian .....	68
3.2.2	Metode Penelitian .....	69
3.2.3	Operasionalisasi Variabel .....	70
3.2.4	Jenis dan Sumber Data .....	72
3.2.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	73
	1. Populasi .....	73
	2. Sampel .....	74
	3. Teknik Sampling .....	77
3.2.6	Teknik Pengumpulan Data .....	80
3.2.7	Teknik Analisis Data .....	81

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	93
4.1.1	Sejarah Perkembangan Perusahaan .....	93
4.1.2	Visi Misi Perusahaan .....	94
4.1.3	Operasionalisasi Perusahaan .....	95
4.2	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	98
4.2.1	Hasil Pengujian Validitas <i>Emotional Value</i> .....	99
4.2.2	Hasil Pengujian Validitas Loyalitas Pelanggan .....	101
4.2.3	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	101
4.3	Karakteristik Responden .....	102
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	102
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	104
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	105
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	106

4.3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi .....	108
4.3.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Digunakan .....	110
4.3.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian .....	111
4.3.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Pembelian/Penggunaan Produk .....	112
4.4	Gambaran dan Tanggapan Responden Terhadap <i>Emotional Value</i> dan Loyalitas Pelanggan .....	114
4.4.1	Gambaran dan Tanggapan <i>Emotional Value</i> Pelanggan Kosmetika Sari Ayu .....	115
4.4.2	Gambaran dan Tanggapan Loyalitas Pelanggan Pada Kosmetika Sari Ayu .....	128
4.5	Pengujian Hipotesis Penelitian dan Pembahasan .....	135
4.5.1	Pengujian Hipotesis .....	135
4.5.2	Pembahasan Pengujian Hipotesis .....	139

## **BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

5.1	Kesimpulan .....	144
5.2	Rekomendasi .....	146

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	149
-----------------------------	-----

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

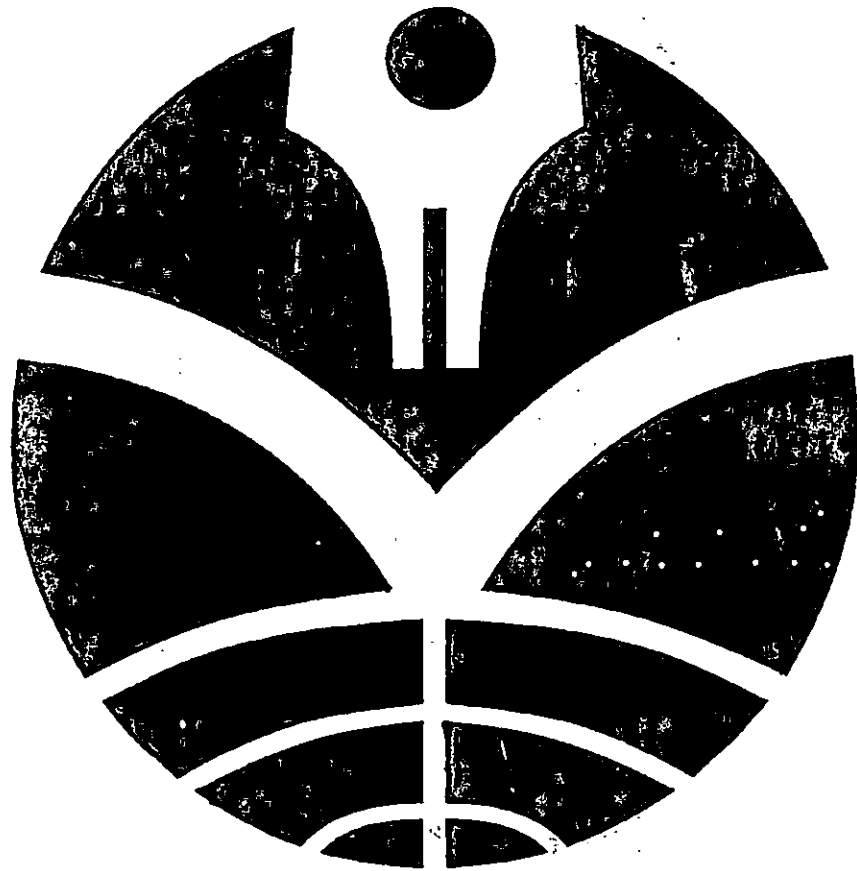
### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	kinerja Merek Produk Kosmetik .....	3
Tabel 1.2	Kepuasan Pelanggan Kosmetika Dalam dan Luar Negeri Untuk Kategori Lipstik dan Bedak Wajah .....	5
Tabel 1.3	Nilai Loyalitas Untuk Kategori Lipstik dan Bedak Wajah .....	6
Tabel 1.4	Trend Warna Sariayu .....	10
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	70
Tabel 3.2	Jenis Dan Sumber Data .....	73
Tabel 3.3	Populasi dan Sampel .....	79
Tabel 3.4	Alternatif Jawaban Menurut Skala Likert .....	82
Tabel 3.5	Koefisien Validitas dan Reliabilitas .....	87
Tabel 3.6	Klasifikasi koefisien Kolerasi .....	89
Tabel 4.1	Validitas <i>Equity Value</i> .....	99
Tabel 4.2	Validitas <i>Experience Value</i> .....	99
Tabel 4.3	Validitas <i>Energy Value</i> .....	100
Tabel 4.4	Validitas Loyalitas .....	101
Tabel 4.5	Pengujian Reliabilitas .....	102
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	103
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	104
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	105
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	107
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi.....	108
Tabel 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Digunakan .....	110

Tabel 4.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian .....	111
Tabel 4.13	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Pembelian/ Penggunaan Produk .....	111
Tabel 114	Rekapitulasi Skoring Data Variabel Emotional Value dan Loyalitas Pelanggan .....	114
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap <i>Equity Value</i> .....	118
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap <i>Experience Value</i> .....	112
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap <i>Energy Value</i> .....	126
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	130
Tabel 4.19	Perhitungan Gambaran Loyalitas Pelanggan Kosmetika Sariayu .....	134



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>The Loyalty Phyramid</i> .....	16
Gambar 1.2	Kerangka Pemikiran .....	18
Gambar 1.3	Paradigma Pengaruh Antar Variabel Penelitian .....	19
Gambar 2.1	<i>Four Customers Definitions of Value</i> .....	26
Gambar 2.2	<i>Value Stars Rational and Emotional Value</i> .....	29
Gambar 2.3	Penentu-Penentu Nilai Yang diberikan ke Pelanggan .....	35
Gambar 2.4	Konsep Kepuasan Pelanggan .....	41
Gambar 2.5	Paradigma Loyalitas Pelanggan .....	43
Gambar 2.6	<i>Variation In Behavioral Brand Loyalty</i> .....	47
Gambar 2.7	Piramida Pelanggan .....	54
Gambar 2.8	Piramida loyalitas Pelanggan .....	55
Gambar 2.9	Hubungan Nilai, Loyalitas, dan Profit .....	65
Gambar 2.10	Penciptaan Nilai Menuju Loyalitas .....	66
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	103
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	105
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	106
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	108
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Produk .....	109
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Digunakan .....	111
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Produk .....	112



Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Pembelian/ Penggunaan Produk.....	113
Gambar 4.9	Tahapan Loyalitas Pelanggan Kosmetika Sari Ayu .....	134
Gambar 4.10	Pengaruh Emotional Value Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	137



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket Penelitian
- Lampiran 2 Koding Variabel Emotional value Konsumen Kosmetika Sari Ayu
- Lampiran 3 *Successive Interval Emotional Value*
- Lampiran 4 Koding Loyalitas Pelanggan Kosmetika Sariayu
- Lampiran 5 Successive Interval Loyalitas Pelanggan
- Lampiran 6 Data Ordinal Variabel X Hasil Uji Coba
- Lampiran 7 Successive Interval Variabel X Hasil Uji Coba
- Lampiran 8 Data Ordinal Variabel Y Hasil Uji Coba
- Lampiran 9 Perhitungan Validitas dan Reliabilitas Kuesioner
- Lampiran 10 Perhitungan Korelasi Dan Regresi Sederhana
- Lampiran 11 Rancangan Uji Hipotesis
- Lampiran 12 Nilai-nilai Dalam Distribusi t
- Lampiran 13 Nilai-nilai r Product Moment
- Lampiran 14 Second Descimal Palce In Z
- Lampiran 15 Normal Distribution
- Lampiran 16 Surat Observasi
- Lampiran 17 Agenda Bimbingan

