

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 Konsep Pemasaran	16
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	16
2.1.1.2 Bauran Pemasaran	17
2.1.2 Konsep Produk	21
2.1.2.1 Pengertian Produk	21
2.1.2.2 Tingkatan Produk	22
2.1.2.3 Klasifikasi Produk	23
2.1.3 Bauran Produk	25
2.1.4 Variasi Produk	27
2.1.4.1 Pengertian Variasi Produk	27
2.1.4.2 Dimensi Variasi Produk	31
2.1.5 Konsep Loyalitas Merek	36

2.1.5.1 Pengertian Loyalitas Merek	36
2.1.5.2 Tingkatan Loyalitas Merek	38
2.1.5.3 Mengukur Loyalitas Merek	40
2.1.5.4 Memelihara dan Memperkuat Loyalitas Merek	43
2.1.6 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Merek	44
2.1.7 <i>Resume</i> Hasil Penelitian Pendahuluan	46
2.2 Kerangka Pemikiran	47
2.3 Hipotesis	53

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	55
3.2 Metode Penelitian	55
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	55
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	57
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	63
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	65
3.2.4.1 Populasi	65
3.2.4.2 Sampel	65
3.2.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	69
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	71
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	72
3.2.6.1 Pengujian Validitas	73
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	77
3.2.7 Rancangan Teknik Analisis data dan Pengujian Hipotesis ..	79
3.2.7.1 Analisis Deskriptif	81
3.2.7.2 Analisis Verifikatif	81
3.2.8 Pengujian Hipotesis	88

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	91
4.1.1 Profil PT. Kao Indonesia	91

4.1.1 Kegiatan Usaha PT. Kao Indonesia	93
4.1.1 Pedoman Bisnis PT. Kao Indonesia	95
4.2 Karakteristik Responden	97
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	97
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	99
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	100
4.3 Pengalaman Responden	101
4.3.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Informasi Tentang Sabun Pembersih Wajah Biore	101
4.3.2 Pengalaman Responden berdasarkan tempat Pembelian Sabun Pembersih Wajah Biore	102
4.3.3 Pengalaman Responden berdasarkan Lama Menggunakan Sabun pembersih Wajah Biore	103
4.3.4 Pengalaman Responden berdasarkan Alasan Menggunakan Sabun Pembersih Wajah Biore	105
4.3.5 Pengalaman Responden berdasarkan Ukuran Sabun Pembersih Wajah Biore yang digunakan	106
4.3.6 Pengalaman Responden berdasarkan Jenis Sabun Pembersih Wajah Biore yang Digunakan	107
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variasi Produk	108
4.4.1 Tanggapan Responden Terhadap Ukuran	109
4.4.2 Tanggapan Responden Terhadap Harga	110
4.4.3 Tanggapan Responden Terhadap Tampilan	112
4.4.4 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian	114
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek	116
4.5.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Switcher</i>	116
4.5.2 Tanggapan Resonden Terhadap <i>Habitual Buyer</i>	118
4.5.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Satisfied Buyer</i>	120
4.5.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Likes The Brand</i>	121
4.5.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Committed Buyer</i>	123
4.6 Hasil Penelitian	125
4.6.1 Gambaran Terhadap Variasi Produk	125

4.6.2	Gambaran Terhadap Loyalitas Merek	127
4.6.3	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Merek	129
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	139
4.7.1	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	139
4.7.1.1	Temuan Penelitian Bersifat Empirik Deskriptif	139
4.7.1.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik Verifikatif	140
4.7.1.3	Temuan penelitian Bersifat Teoritik	140
4.7.2	Implikasi Penelitian Terhadap Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis	141
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		
5.1	Kesimpulan	146
5.2	Rekomendasi	147
DAFTAR PUSTAKA		149
LAMPIRAN		152