

DAFTAR ISI

LEMBAR COVER/JUDUL	
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	16
C. Tujuan Penelitian.....	17
D. Kegunaan Penelitian	17
E. Kajian Penelitian Terdahulu	18
F. Kerangka Berfikir	24
G. Hipotesis Penelitian	27
BAB II KAJIAN PUSTAKA	29
A. Manajemen pemasaran	29
1. Pengertian Manajemen	29
2. Pengertian Pemasaran.....	38
3. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	42
B. Perilaku Konsumen	46
1. Pengertian Perilaku Konsumen	46
2. Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	50
3. Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen	54
C. <i>Brand Switching Behaviour</i>	55

1. Pengertian Merek.....	55
2. <i>Brand Switching Behaviour</i>	59
3. Faktor-Faktor <i>Brand Switching Behaviour</i>	63
D. <i>Prior Experience</i>	67
1. Pengertian <i>Prior Experience</i>	67
2. Indikator <i>Prior Experience</i>	71
3. <i>Prior Experience</i> dalam Ekonomi islam	75
E. <i>Variety Seeking Buying Behaviour</i>	76
1. Pengertian <i>Variety Seeking Buying Behaviour</i>	76
2. Indikator <i>Variety Seeking Buying Behaviour</i>	80
3. Tahap-tahap <i>Variety Seeking Buying Behaviour</i>	81
4. Dimensi <i>Variety Seeking Buying Behaviour</i>	81
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	82
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	82
1. Jenis Penelitian.....	82
2. Pendekatan Penelitian	82
3. Objek Penelitian.....	83
B. Jenis dan Sumber Data	84
1. Jenis Data dan Operasional Variabel.....	84
2. Sumber Data	86
C. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	87
1. Metode Penelitian.....	87
2. Teknik Pengumpulan Data	89
3. Populasi dan Sampel.....	90
D. Prosedur Analisis Data	92
1. Analisis Data	93
a. Uji Validitas.....	93
b. Uji Reliabilitas	94
2. Teknik Analisis Data	95
a. Metode analisis Statistik Deskriptif.....	95
b. Uji Asumsi Klasik	96

1) Uji Normalitas.....	96
2) Uji Heteroskedastisitas.....	97
3) Uji Multikolinearitas.....	98
4) Uji Autorelasi.....	99
c. Analisis Regresi Linier Berganda.....	99
d. Uji Korelasi.....	100
e. Koefisien Determinasi.....	102
f. Uji Hipotesis.....	103
1) Uji t.....	103
2) Uji F.....	104
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	106
A. Hasil Penelitian.....	106
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	106
a. Sejarah Perusahaan.....	106
b. Visi dan Misi Perusahaan.....	109
c. Produk-Produk Perusahaan.....	109
d. Lokasi Penelitian.....	116
2. Uji Validitas dan reliabilitas.....	116
a. Uji Validitas.....	116
b. Uji Reliabilitas.....	118
3. Hasil Analisis Data.....	119
a. Analisis Statistik Deskriptif.....	119
b. Uji Asumsi Klasik.....	148
1) Uji Normalitas.....	149
2) Uji Multikolinearitas.....	151
3) Uji Heteroskedastisitas.....	151
4) Uji Autorelasi.....	152
c. Analisis Regresi Berganda.....	153
d. Analisis Korelasi Berganda.....	155
e. Analisis Koefisien Determinasi.....	155
f. Uji Hipotesis.....	156

1) Uji t	157
2) Uji F	159
B. Pembahasan	161
1. Pengaruh <i>Prior Experience</i> Secara Parsial terhadap <i>Brand Switching Behaviour</i> pada Konsumen Skincare Wardah di Kota Bandung	161
2. Pengaruh <i>Variety Seeking Buying Behaviour</i> Secara Parsial terhadap <i>Brand Switching Behaviour</i> pada Konsumen Skincare Wardah di Kota Bandung	163
3. Pengaruh <i>Prior Experience</i> dan <i>Variety Seeking Buying Behaviour</i> Secara Simultan terhadap <i>Brand Switching Behaviour</i> pada Konsumen Skincare Wardah di Kota Bandung	166
BAB V KESIMPULAN	169
A. Kesimpulan	169
B. Rekomendasi	171
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

1.1	Jumlah Industri Kosmetik di Indonesia Tahun 2018.....	10
1.2	Top Brand Index Kategori Kosmetik di Indonesia 2012-2017	11
1.3	Data TOP Brand Index Skincare Wardah Tahun 2015-2020	13
1.4	Review Penelitian Terdahulu.....	22
3.1	Operasional Variabel Penelitian	85
3.2	Skala Ordinal Pertanyaan Tertutup.....	93
3.3	Nilai Kriteria Korelasi	101
3.4	Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi	102
4.1	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Prior Experience</i>	117
4.2	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Variety Seeking Buying Behaviour</i>	117
4.3	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Switching Behaviour</i>	118
4.4	Hasil Uji Reliabilitas.....	119
4.5	Hasil Uji Analisis Deskriptif	120
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	121
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	122
4.8	Pengalaman Responden Menggunakan Skincare Wardah	123
4.9	Berpindah atau Tetap Menggunakan Skincare Wardah	123
4.10	Berdasarkan pengalaman sebelumnya, saya sangat menyukai desain produk skincare wardah	124
4.11	Pengalaman sebelumnya membuat saya menemukan ke-khasan produk skincare Wardah	125
4.12	Ketika membeli produk skincare wardah, saya merasa nyaman dengan store yang dikunjungi	125
4.13	Petugas memberikan berbagai informasi terkait produk skincare wardah yang saya beli	126
4.14	Saat membeli produk skincare wardah, saya merasa senang dengan pelayanan dan keterampilan para petugas karena sangat membantu saat memilih dan menentukan produk yang akan dibeli.....	127
4.15	Saya merasakan suasana hati yang menyenangkan ketika menggunakan	

produk skincare Wardah	127
4.16 Saya merasa kecewa setelah menggunakan produk skincare wardah	128
4.17 Saya mendapatkan pengalaman yang kurang menyenangkan saat atau setelah menggunakan produk skincare Wardah	129
4.18 Produk Skincare yang saat ini saya butuhkan hanya tersedia pada produk skincare merek lain.....	130
4.19 Produk skincare merek lain lebih banyak mempunyai inovasi baru dalam produknya	130
4.20 Anda melakukan perpindahan pada produk skincare lain karena merasa bosan dengan produk skincare Wardah	131
4.21 Saya melakukan perpindahan pada produk skincare lain karena penasaran ingin mencoba produk skincare lainnya	132
4.22 Saya melakukan perpindahan pada produk skincare lain karena merasa kecewa dengan hasil produk skincare wardah.....	132
4.23 Saya mencari variasi pada produk skincare lain untuk merasakan produk yang berbeda.....	133
4.24 Saya ingin mengetahui kualitas produk skincare pesaing	134
4.25 Saya merasa sangat senang saat mencoba produk skincare merek lain.....	134
4.26 Saya melakukan perpindahan pada produk skincare merek lain karena kualitas produk skincare wardah tidak sesuai dengan yang diharapkan.....	135
4.27 Saya merasa bahwa produk skincare lain memiliki daya tarik yang lebih baik dibandingkan dengan produk skincare wardah.....	136
4.28 Saya melakukan perpindahan merek karena tertarik dengan iklan dari produk skincare lain.....	136
4.29 Saya melakukan perpindahan merek, karena produk skincare lain lebih murah dibandingkan produk skincare wardah.....	137
4.30 Melakukan perpindahan merek karena produk skincare wardah mengalami kenaikan harga	138
4.31 Saya melakukan perpindahan merek karena merasa perusahaan lain lebih berkompeten dalam bidang skincare	138
4.32 Saya melakukan perpindahan merek karena melihat banyak konsumen	

yang kehilangan kepercayaan terhadap produk skincare wardah.	139
4.33 Perusahaan skincare wardah memberikan jaminan pada produknya	140
4.34 Perusahaan skincare wardah sangat menanggapi keluhan konsumen	141
4.35 Keputusan saya melakukan perpindahan merek pada skincare lain dari skincare wardah akan menjadi keputusan yang sangat tepat.....	141
4.36 Skor Kategori Tanggapan Responden	143
4.37 Skor Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Prior Experience</i>	143
4.38 Skor Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Variety Seeking Buying Behaviour</i>	145
4.39 Skor Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Brand Switching</i>	147
4.40 Hasil Uji Normalitas	149
4.41 Hasil Uji Multikolinearitas	151
4.42 Hasil Uji Heteroskedastisitas	152
4.43 Hasil Uji Durbin Waton.....	152
4.44 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	153
4.45 Hasil Pengujian Korelasi Berganda.....	155
4.46 Hasil Uji t.....	157
4.47 Hasil Uji F	159



DAFTAR GAMBAR

1.1	Kerangka Berfikir	27
4.1	Logo Wardah Kosmetik.....	107
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	121
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	122
4.4	Garis Kontinum Variabel <i>Prior Experience</i>	144
4.5	Garis Kontinum Variabel <i>Variety Seeking Buying Behaviour</i>	146
4.6	Garis Kontinum Variabel <i>Brand Switching</i>	148
4.7	Hasil Uji Normalitas	149
4.8	Hasil Uji Normalitas	150
4.9	Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho pada Uji Parsial	158
4.10	Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho pada Uji Parsial	159
4.11	Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho pada Uji Simultan	160



DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing
2. Lembar Bimbingan Tesis
3. Kuesioner Penelitian
4. Tabulasi Data Penelitian
5. Hasil Uji Validitas.....
6. Hasil Output SPSS
7. Daftar Riwayat Hidup

