

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Tinjauan Pustaka.....	11
1.5.1 Tinjauan Teoritis.....	11
B. Metode Pengukuran Loyalitas Merek.....	22
1.5.2 Tinjauan Empiris.....	26
1.6 Definisi Konsep dan Operasional.....	34
1.6.1 Definisi Konsep.....	34
1.6.2 Definisi Operasional.....	36
1.7 Metode Penelitian.....	44
1.7.1 Tipe Penelitian.....	44
1.7.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	44
1.7.3 Lokasi Penelitian.....	44
1.7.4 Sumber Data.....	45
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	56
2.1 Sejarah Perusahaan Garnier.....	56
2.1.1 Logo Perusahaan Garnier.....	58
2.1.2 Media Sosial Perusahaan Garnier.....	58
2.1.3 Produk Perusahaan Garnier.....	58

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	65
3.1 Uji Instrumen dan Data Penelitian	65
3.1.1 Uji Validitas	65
3.1.2 Uji Reliabilitas	66
3.2 Karakteristik Responden	68
3.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
3.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
3.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	69
3.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	70
3.3.1 Tingkat Loyalitas Merek <i>Switcher Buyer</i>	71
3.3.2 Tingkat Loyalitas Merek <i>Habitual Buyer</i>	84
3.3.3 Tingkat Loyalitas Merek <i>Satisfied Buyer</i>	94
3.3.4 Tingkat Loyalitas Merek <i>Likes The Brand</i>	100
3.4 Analisis Penelitian menggunakan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	103
3.4.1 <i>Decomposition</i>	104
3.4.2 <i>Comparative Judgement</i>	104
3.4.3 <i>Syntesis of Priority</i>	107
3.4.4 <i>Logical Consistency</i>	109
3.4.5 Hasil Perhitungan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i>	113
3.4.6 Piramida Loyalitas Merek.....	114
3.5 Pembahasan.....	115
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	121
4.1 Kesimpulan	121
4.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award 2018.....	4
Tabel 1. 2 Pembersih Wajah Terbaik 2019	4
Tabel 1. 3 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 1. 4 Penjelasan Teori Besar Sampai Dengan Item-item Pernyataan.....	39
Tabel 1. 5 Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan	52
Tabel 1. 6 Nilai Random Indeks (RI).....	54
Tabel 3. 1 Hasil uji validitas Loyalitas Merek	66
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	67
Tabel 3. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 3. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 3. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	70
Tabel 3. 6 Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan	70
Tabel 3. 7 Perbandingan Antara <i>Switcher Buyer</i> dengan <i>Habitual Buyer</i>	72
Tabel 3. 8 Perbandingan <i>Switcher Buyer</i> dengan <i>Satisfied Buyer</i>	75
Tabel 3. 9 Perbandingan Antara <i>Switcher Buyer</i> dengan <i>Likes The Brand</i>	78
Tabel 3. 10 Perbandingan Antara <i>Switcher Buyer</i> dengan <i>Committed Buyer</i>	81
Tabel 3. 11 Perbandingan Antara <i>Habitual Buyer</i> dengan <i>Satisfied Buyer</i>	84
Tabel 3. 12 Perbandingan Antara <i>Habitual Buyer</i> dengan <i>Likes The Brand</i>	88
Tabel 3. 13 Perbandingan Antara <i>Habitual Buyer</i> dengan <i>Committed Buyer</i>	91
Tabel 3. 14 Perbandingan Antara <i>Satisfied Buyer</i> dengan <i>Likes The Brand</i>	94
Tabel 3. 15 Perbandingan Antara <i>Satisfied Buyer</i> dengan <i>Committed Buyer</i>	97
Tabel 3. 16 Perbandingan Antara <i>Likes The Brand</i> dengan <i>Committed Buyer</i> ...	101
Tabel 3. 17 Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan	104
Tabel 3. 18 <i>Comparative Judgement</i>	105
Tabel 3. 19 <i>Comparative Judgement</i>	106
Tabel 3. 20 Syntesis of Priority.....	108
Tabel 3. 21 Matriks Perbandingan yang Dibobot	109

Tabel 3. 22 Nilai Random Indeks (RI).....	111
Tabel 3. 23 Perhitungan Vektor Konsistensi.....	112
Tabel 3. 24 Nilai Prioritas Bobot	114
Tabel 3. 25 Nilai Prioritas Bobot	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Piramida loyalitas merek	21
Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 1. 3 Piramida loyalitas merek	55
Gambar 2. 1 Logo Perusahaan Garnier	58
Gambar 3. 1 Struktur Hirarki	104
Gambar 3. 2 Piramida Loyalitas Merek Sabun Pembersih Wajah Garnier.....	115
Gambar 3. 3 Piramida Loyalitas Merek Sabun Pembersih Wajah Garnier.....	119

