



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II TELAAH LITERATUR DAN HIPOTESIS	7
A. Keterlibatan Produk.....	7
B. Faktor-Faktor Keterlibatan Konsumen	8
C. Proses Keputusan Pembelian.....	13
D. Loyalitas Merek.....	26
E. Kerangka Model Penelitian.....	34
F. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Desain Penelitian.....	39



B. Populasi dan Penentuan Sampel	39
C. Sumber Data	41
D. Unit Analisis dan Data yang Diperlukan	42
E. Metode Pengumpulan Data	43
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
G. Skala Pengukuran Variabel Penelitian	44
H. Teknik Pengolahan Data	45
1. Uji validitas	45
2. Uji reliabilitas	46
I. Metode Analisis Data	46
1. Analisis regresi linier berganda	46
2. Analisis ANOVA	49
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	51
A. Tingkat Pengembalian Kuesioner	51
B. Karakteristik Responden	51
1. Karakteristik responden berdasarkan merek produk	52
2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	54
3. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan	55
4. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan	56
5. Karakteristik responden berdasarkan usia	57
C. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	58
1. Hasil uji validitas	59
2. Hasil uji reliabilitas	60
D. Pembahasan	61
1. Analisis regresi pengaruh keterlibatan produk pada loyalitas merek <i>notebook</i>	61
2. Analisis regresi pengaruh keterlibatan produk pada loyalitas merek <i>shampoo</i>	65
3. Analisis perbedaan keterlibatan produk berdasarkan kategori produk keterlibatan Tinggi dan rendah	74



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KETERLIBATAN PRODUK PADA LOYALITAS MEREK

Tiffani, Dr. Hamin, MBA.

Universitas Gadjah Mada, 2008 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Implikasi Manajerial dan Saran	79
 DAFTAR PUSTAKA.....	 81
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kategori Loyalitas Menurut Jacoby dan Chestnut.....	30
Tabel 4.1. Data Responden Berdasarkan Merek <i>Notebook</i>	52
Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Merek <i>Shampoo</i>	53
Tabel 4.3. Deskripsi Skor Dimensi Keterlibatan Produk Menurut Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.4. Deskripsi Skor Dimensi Keterlibatan Produk Menurut Tingkat Pendidikan	55
Tabel 4.5. Deskripsi Skor Dimensi Keterlibatan Produk Menurut Pendapatan.....	57
Tabel 4.6. Deskripsi Skor Dimensi Keterlibatan Produk Menurut Usia.....	58
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Keterlibatan Produk dan Loyalitas Merek.....	59
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas Keterlibatan Produk dan Loyalitas Merek.....	60
Tabel 4.9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Produk <i>Notebook</i>	61
Tabel 4.10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Produk <i>Shampoo</i>	66
Tabel 4.11. Rangkuman Hasil Uji Pengaruh Keterlibatan Produk pada Loyalitas Merek Produk Keterlibatan Tinggi (<i>Notebook</i>).....	71
Tabel 4.12. Rangkuman Hasil Uji Pengaruh Keterlibatan Produk pada Loyalitas Merek Produk Keterlibatan Rendah (<i>Shampoo</i>).....	72
Tabel 4.13. Hasil ANOVA Keterlibatan Produk Berdasarkan Kategori Produk.....	75



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KETERLIBATAN PRODUK PADA LOYALITAS MEREK
Tiffani, Dr. Hamin, MBA.

Universitas Gadjah Mada, 2008 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Consumer Decision Process Model.....	18
Gambar 2.2	Kerangka Model Penelitian.....	34



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Analisis Keterlibatan Produk pada Loyalitas Merek
- Lampiran 2 Kuesioner Tingkat Keterlibatan (*High Involvement Product*)
- Lampiran 3 Kuesioner Tingkat Keterlibatan (*Low Involvement Product*)
- Lampiran 4 Data Responden Keterlibatan Produk pada Loyalitas Merek
(*High Involvement Product*)
- Lampiran 5 Data Responden Keterlibatan Produk pada Loyalitas Merek
(*Low Involvement Product*)
- Lampiran 6 Data Penelitian Tingkat Keterlibatan (*High Involvement Product*)
- Lampiran 7 Data Penelitian Tingkat Keterlibatan (*Low Involvement Product*)
- Lampiran 8 Descriptives Dimensi Keterlibatan Produk Menurut Jenis Kelamin
- Lampiran 9 Descriptives Dimensi Keterlibatan Produk Menurut Tingkat Pendidikan
- Lampiran 10 Descriptives Dimensi Keterlibatan Produk Menurut Pendapatan
- Lampiran 11 Descriptives Dimensi Keterlibatan Produk Menurut Usia
- Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Keterlibatan Produk pada Loyalitas Merek
- Lampiran 13 Hasil Uji Reliabilitas Keterlibatan Produk pada Loyalitas Merek
- Lampiran 14 Hasil Uji ANOVA Keterlibatan Produk Berdasarkan Kategori Produk
- Lampiran 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Produk *Notebook*
- Lampiran 17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Produk *Shampoo*
- Lampiran 18 Frequencies Responden Menurut Karakteristik