

**ANALISIS PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN,
TINGKAT KEMUDAHAN MENDAPATKAN PRODUK
DAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI
DALAM KEPUTUSAN PERPINDAHAN MERK
(Studi Kasus Pada Produk Kecantikan Merek Avon)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soedijapranata



Disusun Oleh :

KRISTINA WUNUWATI

NIM : 98.30.3630

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2005**

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Konsep Loyalitas Pelanggan.....	5
2.2 Keputusan Pembelian Konsumen.....	7
2.3 Tingkat Kemudahan Mendapatkan Produk	10
2.4 Ketidakpuasan Konsumen Pasca Pembelian	12
2.5 Kebutuhan Mencari Variasi	12
2.6 Pengertian Merek	13
2.7 Hasil Penelitian Terdahulu	14
2.8 Kerangka Pemikiran	14
2.9 Hipotesis	15
2.10 Definisi Operasional Variabel	16

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi Penelitian	18
3.2	Populasi dan Sampel	18
3.3	Jenis dan Metode Pengumpulan Data	19
3.4	Skala Pengukuran	20
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	20
3.5.1	Uji Validitas	20
3.5.2	Uji Reliabilitas	21
3.6	Metode Analisis Data	23

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	26
4.1.1	Jenis Kelamin Responden	26
4.1.2	Umur Responden	27
4.1.3	Tingkat Pendidikan Responden	27
4.1.4	Pekerjaan Responden	28
4.1.5	Penghasilan Responden	29
4.2	Hasil Penelitian	30
4.2.1	Ketidakpuasan Konsumen	30
4.2.2	Variabel Tingkat Kemudahan Mendapatkan Produk	32
4.2.3	Variabel Kebutuhan Mencari Variasi	34
4.2.4	Variabel Keputusan Perpindahan Merek	37
4.3	Analisis Data	39
4.3.1	Analisis Regresi Berganda	39
4.3.2	Uji Hipotesis	41

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	43
5.2	Saran	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN