DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM.....i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN.....iv
ABSTRAK.....v
KATA PENGANTAR.....vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR TRANSLITERASI xi

BAB I PENDAHULUAN.....1
A. Latar Belakang Masalah.....1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah 8
C. Rumusan Masalah 9
D. Kajian Pusataka.....10
E. Tujuan Penelitian 15
F. Kegunaan Penelitian 16
G. Definisi Operasional.....16
H. Metode Penelitian 17
I. Sistematika Pembahasan.....21

BAB II LANDASAN TEORI.....24
A. *Customer Switching*.....24
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Customer Switching*.....25

BAB III HASIL PENELITIAN 32
A. Sejarah produk kosmetik Wardah 32
B. Visi dan Misi Perusahaan.....34
C. Produk unggulan kosmetik Wardah 35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Gambaran umum mahasiswi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 36

E. Hasil Wawancara dengan Responden yang Memakai produk kosmetik Wardah. 37

F. Hasil Wawancara dengan Responden yang Tidak Memakai ProdukKosmetikWardah 61

BAB IV ANALISIS 67

A. Perilaku *Customer Switching* Mahasiswi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dalam Memilih Produk Kosmetik Wardah. 67

B. Faktor-faktor yang mempengaruhi Mahasiswi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dalam Memilih Produk Kosmetik Wardah 68

BAB V PENUTUP 75

A. Kesimpulan.....75

B. Saran.....76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id