

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Kerangka Pemikiran.....	7
1.6 Hipotesis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2 Bauran Pemasaran.....	11

2.3 Produk	11
2.3.1 Merek (<i>Brand</i>).....	11
2.4 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	12
2.5 Faktor Pembentuk Citra Merek	13
2.6 Konsep Kesetiaan Pelanggan	15
2.7 Hubungan Antar Variabel	16
2.8 Kajian Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Objek Penelitian	19
3.3 Jenis Sumber Data.....	19
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.4.1 Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>).....	20
3.4.2 Penelitian Kepustakaan (<i>Library Research</i>)	21
3.5 Populasi dan Sampel	22
3.5.1 Populasi	22
3.5.2 Sampel.....	22
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	23
3.6.1 Variabel Penelitian	23
3.7 Pengukuran Instrumen Penelitian	26
3.8 Validitas dan Reliabilitas	27
3.8.1 Validitas	27
3.8.2 Reliabilitas	28

3.9 Metode Analisis Data.....	28
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	28
3.9.2 Pengujian Hipotesis.....	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	32
4.1.1 Uji Validitas	32
4.1.2 Uji Reliabilitas	33
4.2 Analisis Kualitatif	35
4.2.1 Hasil Analisis Profil Responden	35
4.2.2 Hasil Tanggapan Responden.....	39
4.3 Analisis Kuantitatif	43
4.3.1 Uji Determinasi (R^2)	43
4.3.2 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	44
4.3.3 Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji f).....	45
4.3.4 Regresi Linear Berganda.....	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	52

Daftar pustaka