

## DAFTAR ISI

### Halaman

**ABSTRAK**

**ABSTRACT**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**MOTTO**

**PERSEMBAHAN**

**SANWACANA**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

### **I. PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kegunaan Penelitian .....	11

### **II. TINJAUAN PUSTAKA**

A. Pengertian Pemasaran .....	12
B. Pengertian Perilaku Konsumen .....	14
C. Pengertian Produk .....	18
D. Pengertian Kualitas Produk .....	20
E. Pengertian <i>Brand Community</i> .....	23
F. Merek .....	35
1. Pengertian Merek .....	35
2. Strategi Merek ( <i>Brand Strategy</i> ) .....	43
G. Pengertian Loyalitas Merek .....	47
H. Penelitian Terdahulu .....	54
I. Kerangka Penelitian .....	56
J. Hipotesis Penelitian .....	57

### **III. METODE PENELITIAN**

A. Tipe Penelitian .....	58
B. Definisi Konseptual .....	58

C. Definisi Operasional .....	59
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	60
E. Sumber Data.....	61
F. Teknik Pengumpulan Data.....	61
G. Skala Pengukuran.....	62
H. Pengujian Instrumen Penelitian.....	63
I. Uji Asumsi Klasik.....	64
J. Teknik Analisis Data.....	66

#### **IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Yamaha Vixion Club Lampung .....	70
B. Karakteristik Responden .....	79
C. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	82
D. Uji Asumsi Klasik.....	85
E. Analisis Deskriptif .....	88
F. Analisis Inferensial .....	100
G. Pembahasan.....	106

#### **V. SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	110
B. Saran .....	111

#### **DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN**

