

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Tentang Pengaruh	7
2.2 Tinjauan tentang <i>Brand</i> (Merek)	8
2.3 Tinjauan tentang <i>Images</i> (Citra)	10
2.4 Tinjauan tentang <i>Brand Images</i> (Citra Merek)	11
2.4.1 Faktor-faktor yang membentuk <i>Brand Images</i> (Citra Merek)	13
2.4.2 Hubungan <i>Brand Images</i> (Citra Merek) terhadap Faktor Psikologis	14
2.5 Tinjauan Tentang Motivasi	14
2.6 Tinjauan Tentang Teori Motivasi	17
2.6.1 Teori ERG (Clayton Alderfer)	17
2.6.2 Hubungan antara <i>Brand Images</i> (Citra Merek) dengan Motivasi Pelanggan	18
2.7 Kerangka Pikir	20
2.8 Hipotesis	24
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	25
3.2 Variabel Penelitian	26

3.3 Definisi Konseptual	27
3.4 Definisi Operasional	28
3.5 Populasi.....	31
3.6 Sampel	31
3.7 Teknik Pengambilan Sampling	31
3.8 Jenis Data	32
3.9 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.10 Teknik Pengolahan Data	33
3.11 Tehnik Analisis Data.....	34
3.11.1 Uji Validitas	34
3.11.2 Uji Reliabilitas	38
3.12 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.13 Pengujian Hipotesis	43
3.14 Pengujian Kesesuaian Model.....	44
3.15 Uji Parsial (Uji t).....	45
3.16 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.16.1 Uji Normalitas.....	47
3.16.2 Uji Heterokedasitas	48
3.16.3 Uji Autokorelasi.....	49

IV. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Profil PT. Garuda Indonesia Airlines.....	50
4.2 Sejarah PT. Garuda Indonesia Airlines.....	52
4.3 Visi dan Misi PT. Garuda Indonesia Airlines	54
4.4 Logo PT. Garuda Indonesia Airlines	55
4.5 Aspek Kegiatan PT. Garuda Indonesia Airlines	56
4.6 Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia Airlines.....	57
4.7 Profil PT. Sriwijaya Air	58
4.8 Sejarah PT. Sriwijaya Air	59
4.9 Visi dan Misi PT. Sriwijaya Air	60
4.10 Logo PT. Sriwijaya Air.....	61
4.11 Aspek Kegiatan PT. Sriwijaya Air.....	62
4.12 Struktur Organisasi PT. Sriwijaya Air	63

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden	65
5.2 Hasil Respon Responden Pada Pengaruh Brand Image PT. Garuda Indonesia Airlines (X1) dan PT. Sriwijaya Air (X2).....	68
5.2.1 Harga.....	68
5.2.2 Keamanan Selama Penerbangan	69

5.2.3 Image Terhadap Merek	70
5.2.4 Keramahan	72
5.2.5 Kebersihan	73
5.2.6 Jadwal Penerbangan.....	74
5.2.7 Ketepatan Jadwal	75
5.2.8 Service Ketika <i>Delay</i>	76
5.2.9 Keberadaan Lokasi Kantor	77
5.2.10 Armada.....	78
5.2.11 Kapasitas Bagasi	79
5.2.12 Tempat Duduk	79
5.2.13 <i>Audio Visual</i>	80
5.2.14 Ruang Tunggu.....	81
5.2.15 <i>Food and Beverage</i>	82
5.3 Hasil Respon Responden pada Tingkat Motivasi (Y) dalam Menggunakan Jasa Maskapai Penerbangan	84
5.3.1 Motivasi Pelanggan Dalam Faktor <i>Existance</i>	84
5.3.2 Motivasi Pelanggan Dalam Faktor <i>Relatedness</i>	86
5.3.3 Motivasi Pelanggan Dalam Faktor <i>Growth</i>	87
5.4 Pembahasan.....	89
5.4.1 Menurut Tujuan Penelitian	89
5.4.2 Menurut Kegunaan Teoritis	101
5.4.3. Menurut Kegunaan Praktis	102

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	104
6.2 Saran	106

DAFTAR PUSTAKA