

## DAFTAR ISI

<b>Lembar Pengesahan</b>		
<b>Lembar Persembahan</b>		
<b>ABSTRACT</b>		<b>i</b>
<b>ABSTRAKSI</b>		<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>		<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>		<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>		<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>		<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b>		<b>ix</b>
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>	
1.1.	Latar Belakang Masalah	I – 1
1.2.	Perumusan Masalah	I – 2
1.3.	Tujuan Penelitian	I – 3
1.4.	Manfaat Penelitian	I – 3
1.5.	Batasan Masalah	I – 4
<b>BAB II</b>	<b>STUDI PUSTAKA</b>	
2.1.	Merek SIM Card PT.Excelcomindo Pratama	II – 1
2.1.1	XL Bebas	II – 1
2.1.1.1	Layanan	II – 1
2.1.1.2	Fitur	II – 1
2.1.1.3	Tarif	II – 2
2.1.2	XL Jempol	II – 2
2.1.2.1	Layanan	II – 3
2.1.2.2	Fitur	II – 3
2.1.2.3	Tarif	II – 3
2.1.3	Xplor	II – 3
2.1.3.1	Layanan	II – 4
2.1.3.2	Fitur	II – 4
2.1.3.3	Tarif	II – 4
2.2.	Pengukuran Loyalitas merek	II – 5
2.2.1	Definisi Loyalitas merek	II – 5
2.2.2	Fungsi Loyalitas merek	II – 5
2.2.3	Tingkatan Loyalitas merek	II – 6
2.2.4	Piramida Loyalitas merek	II – 7
2.3.	Konsep pemasaran	II – 8
2.3.1	Definisi Pemasaran	II – 8
2.3.2	Manajemen Pemasaran	II – 8
2.3.3	Program Pemasaran	II – 8
2.3.4	Strategi Pemasaran	II – 8
2.4.	Sampling	II – 8
2.4.1	Definisi Sampling	II – 8
2.4.2	Ukuran Sampling	II – 9
2.4.3	Metode Sampling	II – 9
2.5.	Metode Statistik Deskriptif Frekuensi	II – 9

<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1.	Model Konseptual	III – 1
3.2.	Tahapan Penelitian	III – 2
3.3.	Penjelasan Tahapan Penelitian	III – 3
3.3.1.	Tahap identifikasi dan penelitian awal	III – 3
3.3.1.1	Perumusan Masalah dan Penentuan Tujuan Penelitian	III – 3
3.3.1.2	Studi Pustaka	III – 3
3.3.1.3	Studi Pendahuluan Obyek Penelitian	III – 3
3.3.1.4	Identifikasi Variabel Penelitian	III – 3
3.3.2.	Tahap pengumpulan dan pengolahan data	III – 4
3.3.2.1.	Penentuan Metode Pengumpulan Data	III – 4
3.3.2.1.1.	Penentuan Alat dan teknik Pengumpulan Data	III – 5
3.3.2.1.2.	Penentuan Responden dan Sampel penelitian	III – 5
3.3.2.1.2.1	Penentuan responden	III – 5
3.3.2.1.2.2	Penentuan Populasi	III – 5
3.3.2.1.2.3	Penentuan teknik Sampling	III – 5
3.3.2.1.2.4	Penentuan jumlah sampling	III – 6
3.3.2.1.3.	Desain Kuesioner	III – 6
3.3.2.2.	Pengolahan Data	III – 6
3.3.2.2.1	Teori Statistik Dalam Pengolahan Data	III – 7
3.3.2.2.1.1	Validitas Korelasi Produk Momen	III – 7
3.3.2.2.1.2	Metode Statistik Deskriptif Frekuensi	III – 7
3.3.3.	Tahap analisis	III – 8
3.3.4.	Kesimpulan dan saran	III – 8
<b>BAB IV</b>	<b>PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b>	
4.1.	Pengumpulan Data	IV – 1
4.1.1.	Data Primer	IV – 1
4.1.2.	Data Sekunder	IV – 1
4.2.	Pengolahan Data	IV – 1
4.2.1.	Kuesioner Pendahuluan	IV – 1
4.2.2.	Pengkodean Kuisisioner	IV – 2
4.2.3.	Pengolahan kuisisioner	IV – 2
4.2.3.1	Karakteristik Pelanggan	IV – 2
4.2.3.2	Loyalitas merek	IV – 5
4.2.3.2.1	Switcher	IV – 5
4.2.3.2.2	Habitual Buyer	IV – 7
4.2.3.2.3	Satisfied Buyer	IV – 8
4.2.3.2.4	Liking the Brand	IV – 9
4.2.3.2.5	Committed Buyer	IV – 10
4.2.3.3	Tingkatan loyalitas merek dari mahasiswa di Bandung yang menggunakan merek SIM Card PT Excelcomindo Pratama	IV – 11