

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang merupakan syarat untuk kelulusan program studi D3 Manajemen Pemasaran Institut Manajemen Telkom Bandung. Adapun judul dari laporan tugas akhir ini adalah mengenai “ **PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PIZZA HUT BANDUNG**”.

Dalam penyelesaian laporan tugas akhir ini penulis tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang ikut mendukung. Oleh karena itu, pada kesempatan yang berbahagia ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Dadang Iskandar M.M. selaku Ketua Prodi D3 Manajemen Pemasaran Institut Manajemen Telkom terima kasih atas segala dukungannya.
2. Kedua orangtua tercinta bapak H. Sihombing dan Ibu R. Sibuea, dan seluruh keluarga besarku kak Vebri, adikku Colbert, Kevin, Pamela einjel terima kasih buat dukungan doa dan semangatnya dari seberang pulau.
3. Ibu Heppy Millanyani, S.Sos, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun laporan tugas akhir ini.
4. Seluruh dosen D3 Manajemen Pemasaran IM Telkom yang telah membekali ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti studi serta atas dukungannya selama menyusun Tugas Akhir ini.
5. Seluruh staff sekretariat D3 Manajemen Pemasaran IM Telkom yang telah sabar dalam mengarahkan dan membantu penulis dalam mengatasi kesulitan – kesulitan yang berkaitan dengan proses akademik.
6. Teman – teman yang selalu setia nongkrong berjam – jam di perpustakaan demi menyelesaikan TA Juni, Adi, Ruth, Okta.
7. KTT Bandung Nia, Yeni dan KTT Jogja Ita talita makasih buat waktu, semangat, doa, curhatannya. Tetap semangat buat kita!
8. Teman – teman kosan Pondok Cahaya 2 buat dukungan dan semangatnya. Dan elvy yang udah selalu ngingatin buat ngerjain TA semangat buat KI nya ya mbak.
9. Seluruh teman – teman D3 Manajemen Pemasaran kelas A & B ‘2010.
10. Laptop tercinta yang sudah setia menemani penulis dan bertahan hingga akhir perjuangan menyusun Tugas Akhir ini.

11. Seluruh teman – teman, kakak, adik - adik, yang tidak dapat disebutkan satu per satu terima kasih buat kata – kata semangatnya sehingga penulis selalu termotivasi dan tidak putus asa dalam menghadapi kesusahan dalam menyusun laporan tugas akhir ini.
12. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, terima kasih buat segala bantuan dan kerjasamanya.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari sepenuhnya akan kekurangan yang terdapat dalam laporan ini karena keterbatasan ilmu dan waktu yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran selalu diharapkan untuk perbaikan Tugas Akhir ini. Semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak – pihak yang terkait dengan bidang ini.

Bandung, Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek Observasi.....	1
1.2 Latar Belakang Objek Observasi.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Observasi.....	6
1.5 Kegunaan Observasi.....	6
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	7
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN	
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Merek.....	8
2.1.3 Citra Merek.....	10
2.1.4 Loyalitas.....	12
2.1.5 Teori Penghubung Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan.....	15
2.1.6 Kerangka Pemikiran.....	16
2.2 Literatur Review.....	16
2.2.1 Literatur I.....	16
2.2.2 Literatur II.....	17
2.3 Metode Penelitian.....	18
2.3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
2.3.2 Jenis Penelitian.....	18
2.3.3 Operasional Variabel & Skala Pengukuran.....	19

2.3.4 Pengumpulan Data.....	22
2.3.5 Populasi dan Sampel.....	22
2.3.6 Teknik Sampling.....	23
2.3.7 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	24
2.3.8 Alat Analisis.....	25
2.4 Pembahasan.....	26
2.4.1 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas.....	26
2.4.2 Profil Responden.....	27
2.4.3 Persepsi Responden Mengenai Citra Merek Pizza Hut.....	30
2.4.4 Persepsi Mengenai Loyalitas Pelanggan Pizza Hut.....	35
2.4.5 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	36
BAB III KESIMPULAN DAN SARAN	
3.1 Kesimpulan.....	38
3.2 Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	40
LAMPIRAN.....	42