

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	12
1.5 Tujuan Penelitian .....	12
1.6 Manfaat Penelitian .....	13
1.7 Ruang Lingkup Penelitian .....	14
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian .....	16
2.1.1 Customer Satisfaction .....	16
2.1.2 Brand Image .....	17
2.1.3 Brand Loyalty.....	17
2.1.4 Market Share .....	18
2.1.5 Penelitian Terdahulu .....	18
2.2 Kerangka Pemikiran.....	19
2.3 Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN .....	22
3.1 Karakteristik Penelitian .....	22
3.2 Alat Pengumpulan Data.....	23

3.2.1	Jenis Variabel .....	23
3.2.2	Variabel Operasional .....	24
3.2.3	Skala Pengukuran .....	28
3.3	Tahapan Penelitian .....	28
3.4	Populasi dan Sampel .....	30
3.4.1	Populasi .....	30
3.4.2	Sampel.....	30
3.4.3	Teknik Sampling.....	32
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	32
3.5.1	Jenis dan Sumber Data.....	32
3.6	Validitas dan Reabilitas .....	33
3.6.1	Uji Validitas .....	33
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	34
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Analisis.....	35
3.7.1	Teknik Multivariat .....	35
3.7.2	Uji Normalitas Data .....	36
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.7.4	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	37
3.7.5	Regresi Logistik Biner .....	38
3.7.6	Statistical Program for Social Science (SPSS).....	38
3.7.7	Uji Hipotesis .....	39
BAB IV	Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	41
4.1	Karakteristik Responden .....	41
4.1.1	Jumlah Responden .....	41
4.1.2	Profil Demografi Responden.....	41
<b>4.1.2.1</b>	<b>Jenis Kelamin Responden.....</b>	<b>41</b>
<b>4.1.2.2</b>	<b>Umur Responden .....</b>	<b>42</b>
<b>4.1.2.3</b>	<b>Domisili Responden .....</b>	<b>43</b>

4.2	Hasil Penelitian .....	44
4.2.1	Analisis Deskriptif dan Uji Normalitas Customer Satisfaction Terhadap Brand Image.....	44
4.2.2	Uji Heteroskedastisitas Customer Satisfaction Terhadap Brand Image .....	48
4.2.3	Analisis Regresi Linier Sederhana Satisfaction Terhadap Brandimage .....	48
4.2.4	Analisis Deskriptif dan Uji Normalitas Brand Image Terhadap Brand Loyalty.....	50
4.2.5	Uji Heteroskedastisitas Brand Image Terhadap Brand Loyalty .....	54
4.2.6	Analisis Regresi Linier Sederhana Brand Image Terhadap Brand Loyalty .	55
4.2.7	Analisis Deskriptif dan Uji Normalitas Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty .....	56
4.2.8	Uji Heteroskedastisitas Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty ....	60
4.2.9	Analisis Regresi Linier Sederhana Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty.....	60
4.2.10	Regresi Logistik Biner .....	62
4.2.11	Pengujian Hipotesis .....	65
4.2.12	Koefisien Determinasi .....	67
BAB V	Kesimpulan dan Saran.....	70
5.1	Kesimpulan .....	70
5.2	Saran.....	71
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	71
5.2.2	Saran Bagi Peneliti .....	72
DAFTAR PUSTAKA	.....	73
LAMPIRAN	.....	78