

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil H&M.....	1
1.1.2 Sejarah Perusahaan H&M.....	2
1.1.3 Logo H&M.....	4
1.1.4 Visi dan Misi.....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Kegunaan Penelitian .....	11
1.6 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Pemasaran .....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	13
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	14
2.2 Merek .....	14
2.2.1 Pengertian Merek .....	14
2.2.2 Manfaat Merek.....	15
2.3 <i>Brand Image</i> .....	16
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	16
2.3.2 Dimensi <i>Brand Image</i> .....	17
2.4 Kepuasan Pelanggan .....	17
2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	17
2.4.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	18
2.4.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	19
2.5 Hubungan Antar Variabel .....	20
2.6 Penelitian Terdahulu .....	20

2.7 Kerangka Pemikiran.....	36
2.8 Hipotesis Penelitian .....	37
2.9 Ruang Lingkup Penelitian.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Operasional Variabel .....	39
3.2.1 Variabel Independen (X).....	39
3.2.2 Variabel Dependen (Y) .....	39
3.3 Skala Pengukuran.....	40
3.4 Tahap Penelitian.....	41
3.5 Populasi dan Sampel .....	42
3.5.1 Populasi.....	42
3.5.2 Sampel.....	42
3.6 Pengumpulan Data .....	43
3.6.1 Data Primer .....	43
3.6.2 Data Sekunder .....	44
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45
3.7.1 Uji Validitas .....	45
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	47
3.8 Teknik Analisis Data.....	49
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	49
3.8.2 Uji <i>Methods Succesive Internal (MSI)</i> .....	51
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.8.4 Regresi Linier Sederhana .....	53
3.9 Pengujian Hipotesis .....	53
3.9.1 Uji t .....	54
3.9.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	55
4.1 Profil Responden.....	56
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	57
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	59
4.2 Hasil Penelitian .....	60
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> .....	60
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan .....	69
4.2.4 Rekapitulasi Variabel Kerjasama Tim .....	80

4.3 Analisis Data .....	81
4.3.3 Transformasi Data.....	81
4.3.4 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.4 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	84
4.5 Uji Hipotesis .....	85
4.5.1 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	85
4.5.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	86
4.6 Analisis Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan .....	<b>87</b>
4.6.1 Variabel <i>Brand Image</i> .....	87
4.6.2 Variabel Kepuasan Pelanggan .....	88
4.6.3 Analisa Hubungan Antar Variabel.....	89
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Saran.....	92
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	92
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	93
<b>LAMPIRAN</b>	