

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1	Visi	3
1.1.2	Logo Vans	3
1.2	Latar Belakang Penelitian	4
1.3	Perumusan Masalah	13
1.4	Tujuan Penelitian	13
1.5	Kegunaan Penelitian	13
1.6	Sistematika Penulisan	13
1.7	Waktu penelitian	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Pemasaran (Marketing).....	15
2.1.1	Pengertian Pemasaran	15
2.1.2	Bauran Pemasaran.....	16
2.1.3	Produk	18
2.1.4	Promosi	20
2.2	<i>Brand Image</i> (Citra Merek)	22
2.2.1	Pengertian <i>Brand</i> (Merek).....	22
2.2.2	Manfaat dan Keuntungan Merek.....	23
2.2.3	Pengertian <i>Brand Image</i>	23
2.2.4	Manfaat <i>Brand Image</i>	24
2.2.5	Indikator <i>Brand Image</i>	24
2.3	Perilaku Konsumen	26
2.3.1	Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	26
2.4	Loyalitas Konsumen	28
2.4.1	Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	29
2.4.2	Indikator Loyalitas Konsumen.....	30
2.5	Hubungan Antara Citra Merek dan Loyalitas Konsumen.....	31
2.6	Penelitian terdahulu	32
2.7	Kerangka pemikiran.....	52

2.8	Hipotesis penelitian.....	53
2.9	Ruang Lingkup penelitian.....	54

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Karakteristik Penelitian.....	55
3.2	Tahapan Penelitian.....	56
3.3	Alat Pengumpulan Data	58
3.3.1	Variabel Penelitian.....	58
3.3.2	Operasional Variabel	58
3.4	Populasi dan Sampel	60
3.4.1	Populasi Penelitian.....	60
3.4.2	Sampel Penelitian.....	60
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6	Sumber Data.....	63
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	64
3.7.1	Uji Validitas	64
3.7.2	Uji Reliabilitas	65
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	68
3.8	Analisis Deskriptif	69
3.9	Analisis Verifikatif (Kuantitatif).....	71
3.9.1	Analisis Regresi sederhana	71
3.9.2	Koefisien Korelasi.....	72
3.9.3	Koefisien Determinasi (R^2)	73
3.9.4	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	74

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Responden	75
4.1.1	Gambaran Umum Responden Menurut Jenis Kelamin	75
4.1.2	Gambaran Umum Responden Menurut Usia.....	76
4.1.3	Gambaran Umum Responden Menurut Profesi.....	76
4.2	Analisis Data.....	77
4.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	77
4.3	Analisis Deskriptif	80
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X)	80
4.3.2	Analisis Deskriptif Loyalitas Konsumen (Y)	85
4.4	Analisis Verifikatif	91
4.4.1	Analisis Regresi Linear Sederhana	91
4.5	Pembahasan.....	95

BAB V Kesimpulan dan Saran

5.1	Kesimpulan	96
5.2	Saran-Saran	96
5.2.1	Saran Praktis	96
5.2.2	Saran Akademis	97
DAFTAR PUSATAKA		98