

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUNG</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Batasan Penelitian.....	13
1.7 Manfaat Penelitian.....	14
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> .....	16
2.1 Tinjauan Pustaka.....	16
2.1.1 Merek.....	16
2.1.1.1 Fungsi Merek.....	16
2.1.1.2 Manfaat Merek.....	17
2.1.2 <i>Brand Equity</i> .....	18
2.1.2.1 Dimensi <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek).....	19

2.1.3 <i>Perceived Quality</i> .....	20
2.1.3.1 Indikator Mengukur Kesan Kualitas.....	20
2.1.3.2 Langkah – Langkah Membangun <i>Perceived Quality</i> .....	21
2.1.3.3 Nilai <i>Perceived Quality</i> .....	21
2.1.4 <i>Brand Loyalty</i> .....	22
2.1.4.1 Karakteristik <i>Brand Loyalty</i> .....	23
2.1.4.3 Penggolongan Loyalitas Merek.....	23
2.1.4.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek.....	24
2.1.4.5 Tingkatan – Tingkatan dalam Loyalitas Merek.....	26
2.1.5 <i>Customer Loyalty</i> .....	27
2.1.5.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	28
2.1.5.2 Tingkat Loyalitas Pelanggan.....	29
2.1.5.3 Indikator Mengukur Loyalitas Konsumen.....	30
2.2 Hubungan Antara Variabel X dan Y.....	30
2.2.1 Hubungan <i>Perceived Quality</i> dan <i>Brand Loyalty</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	30
2.3 Penelitian Terdahulu.....	32
2.4 Perbedaan Uji Penelitian ini dengan Peneliti Terdahulu.....	43
2.5 Kerangka Pemikiran.....	43
2.5.1 Hubungan antara <i>brand equity</i> dengan <i>customer loyalty</i> .....	43
2.5.2 Hubungan antara <i>perceived quality</i> dengan <i>customer loyalty</i> .....	44
2.5.3 Hubungan antara <i>brand loyalty</i> dengan <i>customer loyalty</i> .....	44
2.6 Hipotesis Penelitian.....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
3.1 Karakteristik Penelitian.....	48
3.2 Alat Pengumpulan Data.....	49
3.2.1 Variabel Operasional.....	49
3.2.2 Skala Pengukuran.....	51
3.3. Tahapan Penelitian.....	52
3.4 Populasi dan Sampel.....	54

3.4.1 Populasi.....	54
3.4.2 Sampel.....	55
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	56
3.5.1 Jenis Data.....	56
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	57
3.6.1 Validitas.....	57
3.6.2 Reliabilitas.....	59
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	60
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	60
3.7.2 Analisis Kausal.....	61
3.7.3 <i>Method Succesive Interval</i> .....	61
3.7.4 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	62
3.7.5 Uji Hipotesis.....	64
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>67</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	67
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Operator Seluler yang Digunakan... ..	67
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	69
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	71
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Informasi Opeator Seluler.....	72
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	73
4.2 Analisis Deskriptif.....	74
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i> (X1).....	74
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Loyalty</i> (X2).....	77
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	80
4.3 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	84

4.3.1 Analisis Korelasi Antar Variabel.....	84
4.3.2 Pengujian Koefisien Jalur Secara Simultan.....	87
4.3.3 Pengujian Koefisien Jalur Secara Parsial.....	88
4.3.4 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> dan <i>Brand Loyalty</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Operator Seluler Secara Langsung, Tidak Langsung dan Total.....	90
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	91
4.4.1 Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif.....	89
4.4.2 Pembahasan Hasil Analisis Jalur dan Hipotesisnya.....	95
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>97</b>
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98
5.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	98
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	98
5.2.3 Saran untuk Pelanggan.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>106</b>