DAFTAR ISI

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PENGGUNA SAMSUNG ANDROID DI BANDUNG 0
PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PENGGUNA SAMSUNG ANDROID DI BANDUNG i
HALAMAN PENGESAHAN..... ii
HALAMAN PERNYATAAN iii
HALAMAN MOTTO iv
KATA PENGANTAR v
ABSTRAK vi
ABSTRACT vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL.....……..xi
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 1
1.1.1 Sejarah Perusahaan..... 1
1.1.1 Logo, Visi, dan Misi Perusahaan 2
1.2 Latar Belakang 3
1.3 Rumusan Masalah..... 13
1.4 Tujuan Penelitian 14
1.5 Manfaat Penelitian 14
1.6 Sistematika Penulisan 14
BAB II 16
TINJUAN PUSTAKA 16
2.1 Tinjauan Teori 16
2.1.1 Pengertian Pemasaran 16

2.1.2 Bauran Pemasaran 16
2.1.3 *Brand* (Merek) 18
2.1.4 *Brand Image* (Citra Merek) 18
2.1.5 Dimensi *Brand Image* 19
2.1.6 Perilaku Konsumen 20
2.1.7 Pengertian Harga 20
2.1.8 Kepuasan Pelanggan 21
2.1.9 Pengertian Loyalitas Konsumen 22
2.1.10 Dimensi Loyalitas 23
2.1.11 Hubungan *Brand Image* , Kepuasan Konsumen serta Loyalitas Pelanggan 23
2.1.12 Hubungan antara Harga dan *Brand Image* 24
2.1.13 Hubugan antara Harga,Kepuasan konsumen serta Loyalitas Konsumen 25
2.1.14 Hubungan antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen25

2.2 Penelitian Terdahulu 25
2.3 Kerangka Pemikiran 42
2.4 Hipotesis 49

BAB III 50

METODE PENELITIAN 50

3.1 Jenis Penelitian 50
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran 50

3.2.1 Operasional Variabel 50
3.2.2 Skala Pengukuran 52

3.3 Tahapan Penelitian 53
3.4 Populasi dan Sampel 54

3.4.1 Populasi 54
3.4.2 Sampel 54
3.4.3 Teknik *Sampling* 55

3.5 Teknik Pengumpulan Data 55

3.5.1 Data Primer 55
3.5.2 Data Sekunder 56
3.5.3 Studi Pustaka 56

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas 56

3.6.1 Uji Validitas 56
3.6.2 Uji Realibilitas 58

3.7 Teknik Analisis Data 59

3.7.1 Analisis Deskriptif 59
3.7.2 Uji Asumsi Klasik 61
3.7.3 Methode Of Succesive Interval (MSI) 62
3.7.4 Analisa Jalur (*Path Analysis*) 62
3.7.5 Koefisien Determinasi 62

BAB IV 64

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 64

4.1 Pengumpulan Data 64
4.2 Karakteristik Responden 64

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 65
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 65
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 66

4.3 Hasil Penelitian 66

4.3.1 Analisis Deskriptif 66
4.3.2 Uji Asumsi Klasik 78

4.4 Analisis Jalur (*Path Analysis)* 82

4.4.1 Merumuskan Hipotesis dan Persamaan Struktural 82
4.4.2 Menghitung Koefisien Jalur yang didasarkan pada Koefisien Regresi 83
4.4.2 Menghitung Koefisien Regresi (Koefisien Jalur) 85

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian 102

BAB V 107

KESIMPULAN DAN SARAN 107

5.1 Kesimpulan 107
5.2 Saran 110

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan 110
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 111
DAFTAR PUSTAKA 113
LAMPIRAN 118