

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
1.6 Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 Brand Loyalty	15
2.1.3 Citra Merek	17
2.1.4 Keputusan Pembelian	21
2.1.5 Hubungan Variabel.....	26
2.1.6 Penelitian Terdahulu	28
2.2 Kerangka Pemikiran	38
2.3 Hipotesis Penelitian.....	42
2.4 Ruang Lingkup Penelitian	42

BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	43
3.2.1 Variabel Independen (Bebas).....	43
3.2.2 Variabel Dependen (Terikat)	44
3.3 Tahapan Penelitian	48
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampel	49
3.5 Pengumpulan Data	50
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.6.1 Uji Validitas.....	51
3.6.2 Uji Reliabilitas	52
3.7 Teknik Analisis Data	52
3.7.1 Analisis Deskriptif	53
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	54
3.8 Pengujian Hipotesis	54
3.8.1 Uji Parsial (Uji t).....	54
3.8.2 Uji Simultan (Uji F).....	55
BAB IV	56
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Responden.....	56
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.2.1 Variabel <i>Brand Loyalty</i>	57
4.2.2 Variabel <i>Brand Image</i>	58
4.2.3 Variabel Keputusan Pembelian.....	58
4.2.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
4.3 Analisis Deskriptif.....	60
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i> (X1).....	60
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi <i>Brand Image</i> (X2).....	61
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	63
4.4 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear berganda	64
4.5 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	65
4.6 Hasil Uji Hipotesis t	66

4.7 Hasil Uji Hipotesis F	67
4.8 Pembahasan	67
4.8.1 <i>Brand Loyalty</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	67
4.8.2 <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	68
4.8.3 <i>Brand Loyalty</i> dan <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	69
BAB V.....	70
KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran	71