

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN	
PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA	
PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	

2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Konsep Pemasaran.....	9
2.1.2. Tujuan Pemasaran.....	10
2.1.3. Strategi Pemasaran.....	11
2.1.4. Pengertian dan Tingkatan Produk.....	12
2.1.5. Pengertian Merek.....	14
2.1.6. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	15
2.1.7. Faktor-Faktor yang Membentuk Citra Merek.....	17
2.1.8. Komponen Citra Merek.....	18
2.1.9. Loyalitas Konsumen.....	19
2.1.10. Hubungan antara Citra Merek dan Loyalitas Konsumen.....	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	23
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	25

2.4. Hipotesis Penelitian.....	26
--------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	27
----------------------------	----

3.2. Variabel Penelitian.....	27
-------------------------------	----

3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	28
--	----

3.4. Sumber Data.....	29
-----------------------	----

3.5. Populasi Dan Sampel.....	30
-------------------------------	----

3.5.1 Populasi.....	30
---------------------	----

3.5.2 Sampel.....	30
-------------------	----

3.6. Metode Pengumpulan Data.....	31
-----------------------------------	----

3.7. Metode Analisis Data.....	33
--------------------------------	----

3.7.1. Analisis Angka Indeks.....	33
-----------------------------------	----

3.7.2. Uji Validitas.....	34
---------------------------	----

3.7.3. Uji Realibilitas.....	35
------------------------------	----

3.8. Uji Asumsi Klasik.....	36
-----------------------------	----

3.8.1. Uji Normalitas.....	36
----------------------------	----

3.8.2.	Uji
Multikolinearitas.....	37
3.8.3. Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.8.4 Uji Linearitas.....	38
3.9. Analisis Regresi Linear	
Berganda.....	38
3.10. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	39
3.11. Pengujian Hipotesis.....	39
3.11.1. Uji F	
(Simultan).....	39
3.11.2. Uji t (Parsial)	40

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah dan Gambaran Umum	
Perusahaan.....	41
4.2. Strategi Pemasaran	46
4.3. Karakteristik	
Responden.....	49
4.4. Analisis	
Data.....	52
4.4.1. Deskripsi Variabel Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	
dan Perhitungan Skor Variabel Independen (X)	52
4.4.2. Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen dan	

Perhitungan Skor Variabel Dependen (Y).....	56
4.5. Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	58
4.5.1. Pengujian Validitas.....	58
4.5.2. Pengujian Reliabilitas.....	59
4.6. Uji Asumsi klasik.....	60
4.6.1. Uji Normalitas.....	60
4.6.2. Uji Multikolinearitas.....	Uji 62
4.6.3. Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.6.4. Uji Linieritas.....	Uji 64
4.7. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	66
4.8. Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
4.9. Uji F.....	68
4.10. Uji t.....	69
4.11. Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	74
5.2. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80