

DAFTAR ISI	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	1
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Konsep dan definisi pemasaran	11
2.1.2 Kualitas Produk.....	13
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk	14
2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	15
2.1.3 Citra Merek	16
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	16
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Membentuk Citra Merek.....	17
2.1.4 Harga.....	18
2.1.4.1 Pengertian Harga.....	18
2.1.4.2 Strategi Penetapan harga.....	19
2.1.5 Promosi	20

2.1.5.2 Pengertian Promosi	20
2.1.5.2 Tujuan Kegiatan Promosi.....	22
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	24
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
2.1.6.2 Tahapan pengambilan keputusan	25
2.1.6.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	27
2.1.7 Loyalitas	28
2.1.7.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	28
2.1.7.2 Karakteristik Loyalitas	29
2.2 Pengembangan Hipotesis	31
2.2.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	31
2.2.2 Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	32
2.2.3 Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian.....	33
2.2.4 Hubungan promosi dengan Keputusan Pembelian	34
2.2.5 Hubungan Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan.....	34
2.2.6 Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan	35
2.2.7 Hubungan Harga dengan Loyalitas Pelanggan	36
2.2.8 Hubungan Promosi dengan Loyalitas Pelanggan.....	37
2.2.9 Hubungan Keputusan Pembelian dengan Loyalitas Pelanggan.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	42
3.3.1 Data Primer	42
3.3.2 Data Skunder.....	42
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4.1 Kuesioner	42
3.4.2 Wawancara.....	43
3.4.3 Studi Kepustakaan	43

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.5.1 Variabel Penelitian	43
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.6 Metode Analisis Data.....	47
3.6.1 Analisis Data Kualitatif.....	48
3.6.2 Analisis Data Kuantitatif.....	48
3.6.3 Uji Validitas	49
3.6.4 Uji Reliabilitas	49
3.6.4 analisis jalur	50
3.7 Pengujian Hipotesis	52
3.8.1 Uji F	52
3.8.2 Uji t	53
3.8.3 Koefisien Determinasi.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Diskripsi Objek Penelitian	55
4.2 Analisis Data	55
4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.2 Berdasarkan Umur	56
4.2.3 Berdasarkan Lama Pemakaian	57
4.3 Analisis Deskriptif	58
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	58
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	60
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap variabel Harga.....	62
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi	58
4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel keputusan pembelian.....	60
4.3.6 Tanggapan Responden Terhadap variabel Loyalitas Konsumen	62
4.4 Metode Analisis Data.....	70
4.4.1 Uji Validitas	70
4.4.2 Uji Reabilitas	72
4.4.3 Analisis Path	73
4.4.3.1 Analisis Jalur Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen.....	76

4.4.3.2 Analisis Jalur Citra Merek, dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen.....	76
4.4.3.3 Analisis Jalur Harga, dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen.....	77
4.4.3.4 Analisis Jalur Promosi dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen.....	77
4.5 Pengujian Hipotesis	78
4.5.1 Uji F	78
4.5.2 Uji t	80
4.4.3 Koefisien Determinasi.....	84
4.6 Pembahasan.....	84
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian serta Loyalitas Konsumen	85
4.6.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan pembelian serta Loyalitas Konsumen	86
4.6.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian serta Loyalitas Konsumen	87
4.6.4 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian serta Loyalitas Konsumen	88
4.6.5 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen	89
4.6.6 Analisa Jalur Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen.....	89
4.6.7 Analisa Jalur Citra Merek dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen.....	90
4.6.8 Analisa Jalur Harga dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen.....	90
4.6.9 Analisa Jalur Promosi dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen.....	91
BAB V Penutup	93
5.1 Simpulan	93
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	102