

DAFTAR ISI

BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. Kesadaran Merek	12
2.1.2. Brand Association.....	15
2.1.3. Perceived quality.....	19
2.1.4. Kepuasan pelanggan	22
2.1.5. Loyalitas pelanggan	25
2.2. Hubungan antar variabel penelitian dan pengembangan hipotesis	28
2.2.1. Pengaruh kesadaran merek (Brand Awareness) terhadap kepuasan pelanggan.....	28

2.2.2.	Pengaruh asosiasi merek (Brand Association) terhadap kepuasan pelanggan.....	30
2.2.3.	Pengaruh persepsi kualitas (Perceived Quality) terhadap kepuasan pelanggan.....	31
2.2.4.	Pengaruh kesadaran merek (Brand Awareness) terhadap loyalitas pelanggan (Customer Loyalty).....	33
2.2.5.	Pengaruh asosiasi merek (Brand Association) terhadap loyalitas pelanggan (Customer Loyalty).....	34
2.2.6.	Pengaruh persepsi kualitas (Perceived Quality) terhadap loyalitas pelanggan (Customer Loyalty).....	36
2.2.7.	Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan	37
2.3.	Model Empirik	39
BAB III		40
METODE PENELITIAN.....		40
3.1.	Jenis dan Lokasi Penelitian	40
3.2.	Populasi dan Sampel	40
3.2.1.	Populasi.....	40
3.2.2.	Sampel.....	41
3.3.	Sumber dan Metode Pengumpulan Data	43

3.3.1.	Sumber Data.....	43
3.3.2.	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.4.	Varibel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	47
3.4.1.	Variabel Penelitian.....	47
3.4.2.	Definisi Operasional dan Indikator.....	48
3.5.	Tenkik Analisis Data.....	49
3.5.1.	Uji Instrumen.....	49
3.5.1.1.	Uji Validitas.....	49
3.5.1.2.	Uji Reliabilitas.....	50
3.5.2.	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.6.1.	Analisis kualitatif (Deskriptif variabel).....	52
3.6.2.	Analisis regresi berganda.....	52
3.6.3.	Pengujian Hipotesis.....	54
BAB IV.....		57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1.	Gambaran Umum Identitas Pelanggan.....	57
4.2.	Analisis Deskripsi.....	58
4.2.1.	Deskripsi Variabel Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	60

4.2.2.	Deskripsi Variabel Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	61
4.2.3.	Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	63
4.2.4.	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	64
4.2.5.	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	66
4.3.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	68
4.3.1.	Uji Validitas	68
4.3.2.	Uji Reliabilitas	69
4.4.	Uji Asumsi Klasik	70
4.4.1.	Uji Normalitas.....	70
4.4.2.	Uji Multikolinearitas	71
4.4.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.5.	Hasil Pengujian Hipotesis	73
4.5.1.	Persamaan 1	73
4.5.2.	Persamaan 2	76
4.6.	Kerangka Hasil Analisis Regresi.....	81
4.6.1.	Hasil Uji Analisis Sobel.....	82
3.	Pengaruh <i>perceived quality</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	86

4.7.	Pembahasan	88
4.7.1.	Pengaruh brand awareness terhadap kepuasan pelanggan	88
4.7.2.	Pengaruh brand association terhadap kepuasan pelanggan	88
4.7.3.	Pengaruh perceived quality terhadap kepuasan pelanggan.....	89
4.7.4.	Pengaruh brand awareness terhadap loyalitas pelanggan	90
4.7.5.	Pengaruh brand association terhadap loyalitas pelanggan.....	90
4.7.6.	Pengaruh perceived quality terhadap loyalitas pelanggan	91
4.7.7.	Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan	91
4.7.8.	Pengaruh tidak langsung	92
BAB V	94
KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1.	Kesimpulan.....	94
5.2.	Implikasi Manajerial	97
5.3.	Keterbatasan Penelitian	98
5.4.	Agenda Penelitian Mendatang	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	103