

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian pemasaran.....	9
2.2 Loyalitas Konsumen.....	10
2.1.1 Indikator	11
2.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.3.1 Indikator	13
2.4 Citra Merek	13

2.4.1 Indikator	14
2.5 Harga	14
2.5.1 Indikator	16
2.6 Promosi	16
2.6.1 Indikator	18
2.7 Pengembangan Hipotesis	18
2.7.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.7.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.7.4 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Konsumen	21
2.7.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	21
2.7.6 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	22
2.7.7 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen	23
2.8 Model Empirik	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel	26
3.3 Jenis dan Sumber Data	27
3.3.1 Data Primer	27
3.3.2 Data Sekunder	27

3.4 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4.1 Kuesioner	28
3.4.2 Wawancara.....	28
3.5 Definisi Operasional dan pengukuran variabel.....	29
3.6 Tehnik Analisis	30
3.6.1 Uji Kualitas Data.....	30
3.6.1.1 Uji Validitas	30
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	30
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	31
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas	32
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	32
3.6.3 Uji Hipotesis.....	33
3.6.3.1 Koefisien determinasi	33
3.6.3.2 uji Signifikan Simultan	33
3.6.3.3 Uji Parsial (t).....	34
3.6.3.4 Regresi Linier Berganda dengan Intervening	35
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Identitas Responden	36
4.2 Deskripsi Variabel.....	39
4.3 Uji Kualitas Data	43
4.4 Uji Asumsi Klasik	45
4.5 Uji Hipotesis	47

4.6 Analisis Regresi Linier dengan Intervening Variabel	51
4.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	53
4.8 Pembahasan.....	55

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan.....	59
5.2 Saran.....	60
5.3 Keterbatasan Penelitian	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	2
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan pengukuran variable.....	29
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia Responden	37
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Responden	38
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	38
Tabel 4.5 Deskriptif Citra Merek	39
Tabel 4.6 Deskriptif Harga.....	40
Tabel 4.7 Deskriptif Promosi	41
Tabel 4.8 Deskriptif Keputusan Pembelian	42
Tabel 4.9 Deskriptif Loyalitas Konsumen	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.12 Uji Normalitas	45
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.14 Uji Heterokedastisitas	47
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi.....	48
Tabel 4.16 Uji Statistik F	48
Tabel 4.17 Uji Statistik T	49
Tabel 4.18 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Empirik	24
Gambar 2 Hasil Model Empirik.....	53