

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Citra Merek.....	9
2.1.3 Ekuitas Merek.....	11
2.1.4 Kepuasan pelanggan	14
2.1.5 Loyalitas Pelanggan.....	16

2.2 Pengembangan Hipotesis	19
2.2.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	19
2.2.2 Hubungan Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Pelanggangan.....	20
2.2.3 Hubungan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	21
2.2.4 Hubungan Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2.5 Hubungan kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelangan.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel	26
3.3 Sumber Data.....	27
3.4 Metode Pengumpulan Data	28
3.5 Variabel penelitian dan Devenisi Operasional	29
3.5.1 Variabel Penelitian	29
3.5.2 Devenisi Operasional Variabel	30
3.6 Metode Analisis Data	31
3.6.1 Uji Validitas.....	31
3.6.2 Uji Realiabilitas	32
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.7.1 Uji Normalitas	32
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	33
3.7.3 Uji Heterokedastisitas.....	34
3.8 Analisis Data	34

3.8.1 Uji Regresi Berganda.....	34
3.8.2 Uji Koefisien Determinasi	35
3.8.3 Uji Signifikansi Parameter Individual	36
3.8.4 Uji Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Responden	40
4.1.1 Usia Responden	40
4.1.2 Jenis Kelamin	41
4.1.3 Pekerjaan Responden	41
4.1.4 Frekuensi Membeli dan Mengonsumsi.....	42
4.2 Analisis Kualitatif	43
4.3 Deskripsi Variabel	43
4.3.1 Variabel Citra Merek	43
4.3.2 Variabel Ekuitas Merek	45
4.3.3 Variabel Kepuasan Pelanggan	46
4.3.4 Variabel Loyalitas Pelanggan	47
4.4 Analisis Kuantitatif	48
4.4.1 Hasil Pengujian Validitas	48
4.4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	49
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	52
4.4.4 Path Analysis	54
4.4.5 Koefisien Determinasi	56
4.4.6 Pengujian Hipotesis	57
4.4.7 Uji Langsung Tidak Langsung	60
4.5 Pembahasan	60

BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume Penjualan	3
Tabel 1.2 Market Share	5
Tabel 3.1 Defenisi Operasional.....	30
Tabel 4.1 Usia Responden	40
Tabel 4.2 Jenis Kelamin	41
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	41
Tabel 4.4 Frekuensi Membeli dan Mengonsumsi	42
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Citra Merek	43
Tabel 4.6 Tanggapan responden tentang Variabel Ekuitas Merek	45
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Pelanggan	46
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.12 Regresi Pengaruh Citra Merek dan Ekuitas Merek terhadap Kepuasan pelanggan	54
Tabel 4.13 regresi Pengaruh Citra Merek, Ekuitas Merek, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Teoristis	24
Gambar 4.1 Uji Normalitas	51
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	5