DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN……..…….……...…….....ii

MOTTO……...……....….…..iii

KATA PENGANTAR……..…….....iv

ABSTRAK...……...…….....vii

***ABSTRACT*...……..…….....viii**

DAFTAR ISI……..……....….....ix

DAFTAR TABEL…….....xii

DAFTAR GAMBAR…….....xv

DAFTAR LAMPIRAN……..…….....xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian…….…….....1

1.2 Identifikasi Masalah….....….....5

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....6

1.4 Kegunaan Penelitian….....…….....6

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis…….....7

1.5.1 Kerangka Pemikiran…….....7

1.5.2 Hipotesis……..…….....….....14

1.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian…….…….…….....15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Citra.....16

2.2 Pengertian Merek.....17

2.2.1 Dimensi Merek.....17

2.1.2 Karakteristik Merek….....…….....…….....18

2.3 Citra Merek (*Brand Image*)...……...….....19

2.3.1 Pengertian Citra Merek (*Brand Image*)….....…….....19

2.2.2 Manfaat Citra Merek (*Brand Image*)..….....….....20
2.4 Loyalitas Konsumen.....…….....21
2.4.1 Pengertian Loyalitas Konsumen...…….....21
2.4.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....27
2.4.3 Tipe Loyaly.....…….....36
2.4.4 Jenis Loyalitas.....29
2.5 Hubungan Citra Merek (*brand image*) dengan
Loyalitas Konsumen.....29

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian…….....….…..…..…...31
3.2 Metode Penelitian…….....……..……..……32
3.2.1 Desain Penelitian…….....…..…….....32
3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian……..….....….33
3.2.3 Metode Penarikan Sampel…….....…….35
3.2.3.1 Populasi Penelitian….....35
3.2.3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....…….….....36
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data……..….....….38
3.2.5 Metode Analisis.dan Rancangan Pengujian Hipotesis.....39
3.2.5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen.....42
3.2.5.2 Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi.....44
3.2.5.3 Pengujian Hipotesis.....47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....……..49
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan...…….....……..49
4.1.2 Struktur Organisasi.....52
4.1.3 Deskripsi Jabatan…….....……..…….....…55
4.2 Pembahasan Penelitian…….....64
4.2.1 Profil Responden.....64
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek

(*Brand Image*) Teh Botol Sosro.....67
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Konsumen
Teh Botol Sosro..... 77
4.2.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen
Pada Konsumen Teh botol Sosro..... 84
4.2.5.1 Analisa Korelasi.....84
4.2.5.2 Koefisien Determinasi.....86
4.2.5.3 Pengujian Hipotesis…..87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan……92
5.2 Saran……93

DAFTAR PUSTAKA.....95
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....xvii
RIWAYAT HIDUP