DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN……..…….……...…….....ii

LEMBAR PENGESAHAN.....iii

MOTTO……...…….....….....….....iv

KATA PENGANTAR…….…….....v

ABSTRAK...……...…….....ix

***ABSTRACT*...……...…….....x**

DAFTAR ISI……..…….....….....xi

DAFTAR TABEL…….....xv

DAFTAR GAMBAR…….....xvi

DAFTAR LAMPIRAN……..…….....xvii

BAB I PENDAHULUAN

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

1.2 Identifikasi Masalah.….....….....8

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.……...….....8

1.4 Kegunaan Penelitian.….....……..... 9

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis…….....10

1.5.1 Kerangka Pemikiran.…….....10

1.5.2 Hipotesis……..….....….....20

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Merek.....21

2.1.1 Pengertian Merek.....21

2.1.2 Tujuan Merek (*Brand*).....24

2.1.3 Peranan dan Kegunaan Merek…….....….....24

2.2 *Brand Identity*.....……...….....26

2.2.1 *Brand Personality*.....…….....29

2.2.2 Pengertian *Brand Personality*.....22
2.2.3 Unsur-unsur *Brand Personality*.....30
2.3 Loyalitas Konsumen.....32
2.3.1 Pengertian Loyalitas Konsumen.....32
2.3.2 Jenis-jenis Loyalitas Konsumen.....34
2.3.3 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....35
2.3.4 Tahap Pertumbuhan Loyalitas Konsumen.....36
2.3.5 Mempertahankan Loyalitas Konsumen.....37
2.4 Hubungan Kepribadian Merek (*brand personality*) dengan Loyalitas Konsumen.....38

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....42
3.2 Metode Penelitian.....42
3.2.1 Desain Penelitian.....42
3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....43
3.2.3 Metode Penarikan Sampel.....45
3.2.3.1 Populasi Penelitian.....45
3.2.3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....45
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....46
3.2.5 Metode Analisis.....48
3.2.5.1 Uji Kualitas Data.....49
3.2.5.1.1 Uji Validitas.....50
3.2.5.1.2 Uji Reliabilitas.....50
3.2.5.2 Analisis Kualitatif.....51
3.2.5.3 Analisis Kuantitatif.....52
3.2.5.3.1 Analisis Korelasi Rank Spearman.....52
3.2.5.3.2.Analisis Determinasi 54
3.2.5.3.3 Pengujian Hipotesis.....55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian……57

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan……57

4.1.2 Nilai dan Filosofi PT. Unilever Indonesia Tbk.....60

4.1.3 Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia Tbk.... 62

4.1.4 Produk Unilever.....64

4.2 Pembahasan Penelitian…….....66

4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas.....66

4.2.1.1 Hasil Uji Validitas.....66

4.2.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....67

4.2.2 Profil Responden.....69

4.2.2.1 Profil Responden Berdasarkan Usia..... 69

4.2.2.2 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Per-Bulan..... 70

4.2.2.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis *Parfume* Yang Digunakan..... 71

4.2.2.4 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pemakaian.....72

4.2.2.5 Profil Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Pelanggan.....73

4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Brand Personality*.....87

4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen 93

4.2.5 Pengaruh Kepribadian Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Mahasiswa FE-Unikom Tahun 2007.....94

4.2.5.1 Analisa Korelasi.....94

4.2.5.2 Koefisien Determinasi..... 95

4.2.5.3 Pengujian Hipotesis..... 96

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan…….……....…..... 99

5.2 Saran-saran.....…….…..…...101

DAFTAR PUSTAKA.....103

LAMPIRAN – LAMPIRAN..... xviii

RIWAYAT HIDUP