DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN..... i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN..... ii

MOTTO..... iii

ABSTRAK..... iv

ABSTRACK..... v

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR TABEL..... xii

DAFTAR GAMBAR..... xvi

DAFTAR GRAFIK..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN..... xviii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Peneletian..... 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah..... 11

1.2.1 Identifikasi Masalah..... 11

1.2.2 Rumusan Masalah..... 11

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... 12

1.3.1 Maksud Penelitian..... 12

1.3.2 Tujuan Penelitian..... 12

1.4 Kegunaan Penelitian..... 13

1.4.1 Kegunaan Praktis..... 13

1.4.2 Kegunaan Akademis..... 13

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian..... 14

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS..... 16

2.1 Kajian Pustaka..... 16
2.1.1 Citra Merek..... 16
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek..... 16
2.1.1.2 Proses Pengembangan Citra Merek..... 19
2.1.1.3 Indikator Citra Merek..... 21
2.1.2 Kualitas Produk..... 22
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk..... 22
2.1.2.2 Karakteristik Kualitas Produk..... 23
2.1.2.3 Perspektif Kualitas Produk..... 23
2.1.2.4 Indikator Kualitas Produk..... 25
2.1.3 Loyalitas Pelanggan..... 26
2.1.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan..... 26
2.1.3.2 Prinsip-prinsip Loyalitas Pelanggan..... 26
2.1.3.3 Keuntungan Adanya Loyalitas Pelanggan..... 27
2.1.3.4 Merancang dan Menciptakan Loyalitas Pelanggan..... 28
2.1.3.5 Tingkat Loyalitas Pelanggan..... 29
2.1.3.6 Indikator Loyalitas Pelanggan..... 31
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu..... 32
2.2 Kerangka Pemikiran..... 35
2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel..... 36
2.2.1.1 Keterkaitan Antara Citra Merek Dengan Loyalitas Pelanggan..... 36
2.2.1.2 Keterkaitan Antara Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan. 36
2.3 Hipotesis..... 39
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN..... 40
3.1 Objek Penelitian..... 40
3.2 Metode Penelitian..... 40
3.2.1 Desain Penelitian..... 41

3.2.2 Operasionalisasi Varibel..... 46
3.2.3 Sumber Dan Teknik Penetuan Data..... 49
3.2.3.1 Sumber Data..... 49
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data..... 50
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data..... 50
3.2.4.1 Uji Validitas..... 54
3.2.4.2 Uji Reliabilitas..... 58
3.2.4.3 Uji MSI..... 57
3.2.5 Rancangan Analisis Dan Pengujian Hipotesis..... 60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 73
4.1 Gambaran Umum Ouval Research bandung..... 73
4.1.1 Sejarah Ouval Research Bandung..... 73
4.1.2 Struktur Organisasi..... 74
4.1.3 Deskripsi Jabatan..... 75
4.2 Karakteristik Responden..... 80
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 80
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 81
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan..... 81
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 82
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran..... 83
4.3 Analisis Deskriptif..... 84
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek..... 84
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk..... 94
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan..... 113
4.4 Analisis Verifikatif..... 125

4.4.1 Uji Asumsi Klasik..... 125
4.4.1.1 Uji Normalitas..... 126
4.4.1.2 Uji Multikolineritas..... 127
4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas..... 128
4.4.1.4 Uji Autokorelasi..... 129
4.4.2 Analisis Regresi Liniear Berganda..... 130
4.4.2.1 Analisis Korelasi..... 132
4.4.2.2 Analisis Koefisien Determinasi..... 133
4.4.3 Pengujian Hipotesis..... 135
4.4.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan..... 135
4.4.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial..... 137
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 142
5.1 Kesimpulan..... 142
5.2 Saran..... 144
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN