DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO iii

ABSTRACT iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR TABEL xvi

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 9

1.2.1 Identifikasi Masalah 9

1.2.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 10

1.3.1 Maksud Penelitian 10

1.3.2 Tujuan Penelitian 11

1.4 Kegunaan Penelitian 11

Halaman

1.4.1 Kegunaan Praktis 11

1.4.2 Kegunaan Akademis 12

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 14

2.1.1 *Word of Mouth* 14

2.1.1.1 Pengertian *Word of Mouth* 14

2.1.1.2 Jenis-jenis *Word of Mouth* 16

2.1.1.3 Strategi Penciptaan *Word of Mouth* 16

2.1.1.4 Tingkatan *Word of Mouth* 17

2.1.2 Citra Perusahaan 18

2.1.2.1 Pengertian Citra Perusahaan 18

2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Citra Perusahaan 19

2.1.2.3 Dimensi Pembentukan Citra Perusahaan 22

2.1.3 Loyalitas Pelanggan 23

2.1.3.1 Pengertian Loyalitas 23

2.1.3.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan 24

2.1.3.3 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan 26

2.1.3.4 Kelompok-kelompok Loyalitas Pelanggan 27

2.1.3.5 Tingkatan Loyalitas Pelanggan 28

2.1.3.6 Dimensi Loyalitas Pelanggan 29

Halaman

2.1.4 Penelitian Terdahulu 30

2.2 Kerangka Pemikiran 34

2.2.1 Keterkaitan antar variabel yang terdiri dari *Word of Mouth* dan Citra Perusahaan dengan Loyalitas……. 35

2.2.1.1 Keterkaitan Antara *Word of Mouth* dan Loyalitas …….. 35

2.2.1.2 Keterkaitan Antara Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas 36

2.3 Hipotesis 38

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 39

3.2 Metode Penelitian ……..... 39

3.2.1 Desain Penelitian ……..... 41

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian ……... 43

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data …… 46

3.2.3.1 Sumber Data Penelitian …… 46

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data ……..... 48

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data …….. 50

3.2.4.1 Uji Validitas ……. 52

3.2.4.2 Uji Realibilitas ……. 56

3.2.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis ……..... 59

3.2.5.1 Rancangan Analisis ……...…….. 59

Halaman

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif ……..…….. 59

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif) …….. 62

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis …..……..... 65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 70

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 70

4.1.2 Struktur Organisasi 71

4.1.3 Deskripsi Tugas 72

4.2 Pembahasan Penelitian 80

4.2.1 Karakteristik Responden 80

4.3 Analisis Deskriptif 85

4.3.1 *Word of Mouth* yang dilakukan oleh pelanggan Pada Warung nasi BANCAKAN di Bandung …….. 86

4.3.1.1 *Customer do talking* …… 88

4.3.1.2 *Customer do promoting* ……..... 89

4.3.1.3 *Customer do selling* ……. 91

4.3.2 Tanggapan responden mengenai Citra Perusahaan pada Warung Nasi Bancakan …… 93

4.3.2.1 Kesan ……... 96

4.3.2.2 Kepercayaan ……. 97

4.3.2.3 Sikap …… 99

Halaman

4.3.3 Tanggapan responden mengenai Loyalitas Pelanggan pada Warung Nasi Bancakan 100

4.3.3.1 Pembelian berulang 104

4.3.3.2 Pembelian antar lini produk 105

4.3.3.3 Mereferensikan kepada orang lain 107

4.3.3.4 Kebal terhadap tarikan pesaing 108

4.4 Pengaruh *Word of Mouth* dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan 110

4.4.1 Regresi Linier Berganda 110

4.4.2 Analisi Korelasi *Pearson Product Moment* 110

4.4.2.1 Pengaruh Word of Mouth terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Nasi Bancakan di Bandung 110

4.4.2.2 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Nasi Bancakan di Bandung 114

4.4.2.3 Pengaruh Word of Mouth dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Silmultan 115

4.4.3 Analisi Koefisien Determinasi 117

4.4.4 Pengujian Hipotesis 110

4.4.4.1 Uji Simultan 118

4.4.4.2 Uji Parsial 120

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 123

Halaman

5.2 Saran 126

DAFTAR PUSTAKA 127

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP